



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

LAMPIRAN

SURAT KETERANGAN (Dari IBIKKG)



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

LAMPIRAN

SURAT PERNYATAAN (Dari Kopi Kenceng)



TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN UTAMA 1

Profil Informan Utama 1

Nama : Arya Vandana
 Usia : 32 tahun
 Jenis Kelamin : Pria
 Pekerjaan : Pemilik Kopi Kenceng Kelapa Gading
 Tempat Wawancara : Kopi Kenceng Kelapa Gading
 Tanggal Wawancara : 6 Desember 2019
 Waktu Wawancara : 10.17 WIB

Sesi Wawancara 1

CA : Cinthya Aprilla
 AV : Arya Vandana
 CA : Em, sebelumnya makasih Ko Arya udah luangin waktu

AV : Hee

CA : Aku mau nanya soal sejarah dari Kopi Kenceng itu gimana sih sampai terbentuk?

AV : Oh, kan emang gue demen kopi. Sehari bisa minum kopi 3x lah gitu. Terus em memang pengen aja, pengen buka usaha kopi gitu tapi mau *break* market yang lebih luas karena kan waktu itu kan kopi kan *speciality* kayak 35ribu terus kadang diatas itu ya jadi emang dasarnya mau bikin kopi yang harganya terjangkau 15 ribuan. Sebenarnya udah ada bisnis modelnya yang di Jakarta Selatan ya yang lebih dulu Kulo segala macam, cuma emang kita ga ambil konsep yang lebih berbeda, kopinya ga pake kopi yang ekspreso *based* jadi



kita *manual brew* em dan utamanya adalah kopi 3 level. Em jadi kenapa kopi 3 level, nyesuan preferensinya *customer* jadi kalau misalnya lu minum Thai *tea*, lu udah taulah rasanya begitukan. Cuma kalau ngomong kopi, ada orang yang suka manis, ada yang ga suka manis, ada yang suka *strong*, ada yang ga suka *strong*, ada yang suka *creamy*, ada yang ga suka *creamy*. Em jadi gue mencoba untuk membuat em varian preferensi itu dalam menu gitu. Ya jadi 3 level kopi gitu.

CA : Kopi Kenceng sendiri berdirinya tahun berapa?

AV : Maret 2018 ya.

CA : 2018, berarti udah satu setengah tahun berarti ya

AV : Iya

CA : Em terus kenapa koko milih namanya Kopi Kenceng?

AV : Karena kata “Kenceng” itu sering kita pake sehari-hari sebenarnya. Mulai dari kenceng banget sih mobilnya, kenceng banget sih omsetnya gitu larinya kenceng banget, terus em apa ya jualannya kenceng banget gitu kan. Apapun gitu kopinya juga kenceng banget gitu kan, jadi kata itu familier banget disekitar kita jadi koko ambillah nama itu, dan juga dari segi dekat sama kita terus banyak yang em arti-arti negatif juga ada kan itunya kenceng atau apanya, kadang-kadang kan orang suka ketawa gitu. Tapi kita alihin, maksudnya kita alihin ke arah positif jadi semoga rezekinya makin kenceng gitu-gitu. Kencengin rezeki jadi dari banyak sisi sih. Dari sisi psikologis kan orang dekat, dari segi produk ya kita kopinya memang kenceng sih gitu. Yang kafeinnya lumayan tinggi tapi kalau mau yang ga terlalu tinggi tinggal dilevel ya level 2 atau level 1 gitu. Terus dari segi em tadi apa psikologis sudah, produk udah em apa oh kalau dari biji kopi kita juga paling tinggi kafein sedunia, dari asal tertentulah kita *blend* em.



CA : Itu biji kopi itu emang cuma satu-satunya Kopi Kenceng yang pake di Indonesia?

AV : Oh engga, mungkin ada juga cuma kita *blend* ya. Kalau kopi kan asalnya sama, dibuatnya berbeda atau di *roasting*nya berbeda, dimasak di sangrainya beda kan hasilnya beda gitu.

CA : Terus sebenarnya apa sih yang membedakan Kopi Kenceng dari *coffee shop* lain. Sekarang kan banyak banget tuh kopi, kedai kopi. Apa sih yang membedakan Kopi Kenceng sama kedai kopi yang lain?

AV : Kita ga *mainstream*, dalam artian semuanya pada main kopi gula aren. Kita ga buat kopi gula aren, justru gula arennya kita bikin es krim gitu. Terus 3 levelnya itu sih yang ga ada dilain sih gitu, jadi bisa nyesuain. Kalau misalnya di tempat lain es kopi susunya yang ini ya, yaudah gitu aja kalau dia mau *extra* kopi ya *extra shot* tambah lagi harganya, kalau kita level 3 udah harga sama, level 1,2,3 sama gitu.

CA : Terus kan Kopi Kenceng Kelapa Gading itu *outlet* pertama Kopi Kenceng?

AV : Iya

CA : Terus sekarang juga udah lebih dari 40 cabang?

AV : Ada 40, ada hampir 40 deh

CA : Nah, dari 40 cabang itu tuh yang bentuknya kedai kopi kayak gitu.

AV : Ga ada, Cuma di Kelapa Gading

CA : Cuma Kelapa Gading aja ya?

AV : Iya, yang lain *booth*, mungkin ada sedikit tempat duduk kecil gitu

CA : Terus kan sebelumnya Kopi Kenceng pake *hashtag* KencenginRezekinya nah terus aku perhatiin dari Instagramnya itu mulai dari bulan Agustus udah mulai tuh ada



#KopiKencengPeduliBumi kan. Apasih yang melatarbelakangi Kopi Kenceng untuk melakukan atau memberikan gerakan Kopi Kenceng peduli bumi?

AV : Oh iya, karena kita kan pertama di Indonesia yang pake *cup*, sedotan, dan plastic *takeaway* yang bio em *oxo-biodegradable* ya. Em latar belakangnya apa, karena gue *concern* sama lingkungan gitu ya cuma selama ini di pabrik-pabrik tuh ga ada yang bisa bikin harga murah, maksudnya bukan harga murah ya harga sih pasti mahal em yang bisa sesuai sama kebutuhan kita, kebutuhan kita kan kopinya kalo *takeaway* kan harus di *seal* kan nah kebanyakan ada *cup-cup* itu yang ga bisa di *seal* yang bahannya PET namanya. Mungkin agak teknis, yang bahannya PP ga ada. Akhirnya gue ke pabrik-pabrik, gue bilang tolong dong kalau ada, gue pertama kali dikabarin. Akhirnya ada satu pabrik yang bikin duluan, dan kita langsung *meeting*, langsung *deal* dibulan Juni, perisapan yaudah Agustus kita *launching*.

CA Eee

AV Nah dan dulu kan *cup*nya juga lumayan kita perbulan nyumbang berapa puluh ribu kan *cup* yang sampah. Tuh akhirnya kita coba kan.

CA : Em tadi kan aku juga ngelakuin kayak riset-riset soal *oxo-biodegradable*

AV Iya

CA : Nah, yang di sini yang Kopi Kenceng pake itu tuh bahannya itu apa ya? Masih plastic?

AV : Sebenarnya semua pasti plastik, masih plastik. Cuma ditambahin zat adiktif yaitu zat kimia namanya *oxium*.

CA : Yang membantu terurai lebih cepat

AV : Iya, jadikan kalau, contoh nih *anti-aging* buat kosmetik kan untuk supaya awet muda, awet, diawetin, dipanjangin, ada yang dipendekin. Ya *oxium* itu buat memendekin

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



semua molekul-molekul, em supaya bega eh apa apa *terdegradablenya* lebih cepet. Karena plastik pada dasarnya bisa *degradable* cuman kan beratusan tahun nah dipendekin gitu, jadi senyawanya dipendekin gitu, dipercepat gitu.

CA : Ohh, tapi kenapa koko ga milih kayak *polyactic acid* yang kayak terbuat dari serat jagung atau eh gula, gula gitu ada singkong

AV : Iya iya

CA : Itu kan dia lebih jatohnya kayak *compostable* yang dia tuh terurai di alam ga menghasilkan zat beracun, sedangkan *oxo-biodegradable* yang masih plastik itu terurai masih plastic dan bisa menyebabkan pencemaran.

AV : Nah itu pro dan kontra. Eh jadi ada hasil labnya segala macem, masuk SNI juga dan hasil labnya udah dipatenin di Amerika bahwa bisa. Jadi itu masalah bisnis aja, dalam artian eh orang yang dulu punya pabrik plastik segala macem, dengan adanya *oxium* tuh merupakan suatu ancaman. Ancaman bahwa eh bisnisnya bisa berkurang, yak an gitu kan. Jadi banyaklah web-web segala macem yang isu-isunya ya aktivis-aktivis yang ngomong tapi ga pake data gitu, ga pake hasil lab. Nah coba yang kita punya, supaya kita punya udah ada hasil lab lengkap kalau dia bilang eh jadi mikroplastik yang ga bisa terurai segala macem, coba mana hasil labnya, sedangkan hasil lab kita bilang memang selama 2-5 tahun bisa *terdegradable* dan mikro eh apa yang terurai itu abis dimakan eh mikroba atau kalau misalnya dia di tempat pembengo pembuangan umum, kalau dia di lapis atas kena panas atau di bawah kena tumpukan panas itu lebih cepet terurainya gitu.

CA : Eh

AV : Dan kalau *compostable*, ga sesuai sama kita karena ga bisa di *press* dan juga mahal sekali. Dan juga kalau misalnya kantong plastik deh, kantong plastik yang pake singkong gitu ya. Dia kena aer langsung lumer ya dan itu juga bau sebenarnya baunya bau kimia juga

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



gitu sebenarnya, lumer dan jadi misalnya lagi hujan nih kan nganter kopi ujan ke *customer* ntar jebol gitu kan juga.

CA : Resikonya juga ada ya.

AV : Iya

CA : Berarti koko ngelakuin yang riset soal eh yang plastik gitu berarti berapa lama?

CA : Untuk bahan

AV : 2 bulan lah ya. (lalu menyeruput kopi)

CA : Terus kan Kopi Kenceng kan memberikan klaim kalau sebagai *coffee shop* pertama

yang menggunakan bahan *oxo-bio biodegradable* itu tuh ada kayak bukti atau apa ya

AV : Ya karna kita emang yang pertama sih, ga ada lagi karena dari pabriknya juga

ngomong ini kita produksi kita produsen pertama dan bapak juga *customer* pertama kita

CA : Udah pasti?

AV : Ya, dia produsen pertama. Sekarang beberapa udah pake, Cuma dari Agustus kita.

Boleh di cek ga mana yang bisa klaim lebih cepet dibanding kita gitu.

CA : Yang lebih cepet sih yang aku temui tuh yang dia, dia pakenya yang *polyactic acid*

AV : Iya

CA : Itu lebih

AV : Iya itu ada

CA : Namanya emang yang dari yang kayak serat jagung gitu

AV : Yes, ada ada. Itu di mana? Bali ya?

Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



CA : Eh dia itu ada usaha nama tokonya tuh Kaia dia tuh dipake di Filosofi kopi, Pigeon coffee, di Grand Hyatt juga pake sama Stuja Coffee.

AV : Yak

CA : Itu mereka udah pake sih

AV : Iya ya itu lebih cepet dibanding kita kan, karena PLA lebih, lebih iya PLA kan?

CA : PLA itu ada lebih dulu. Tapi untuk kedai kopi yang bisa dibilang contoh kayak kita nih jualan 15 ribu ada yang pake siapa? Kita doing. Walaupun sekarang udah mulai ada lagi. *Even* di Bali ada yang pake kayak tapi udah lama, emang udah lama gitu. Karna PLA lebih lama dan lebih mahal

CA : Eh terus Kopi Kenceng sendiri ini kan em mulai Kopi Kenceng peduli bumi bulan Agustus, terus aku perhatiin juga Instagramnya em promosi soal Kopi Kenceng peduli bumi itu kalau di sosial media Instagramnya itu kayak kurang kenceng, baru kenceng belakangan ini kan, baru kayak em

AV : Heem

CA : Baru kayak em kirim *package* ke orang

AV : Iya iya heem

CA : Nah itu kenapa? Kenapa dari yang muncul bulan Agustus tapi kayak promosi secara *onlinenya* gencarnya baru sekarang?

AV : Sebenarnya sih kita udah gencar gitu, waktu kita dulu kan bertepatan sama 17 Agustus, 17 Agustus emm kita pakai sosial media, pake ini sih emm pake *ads* di Jakarta Info, kita *endorse* Jakarta em apa Instagram selebgram gitu. Udah dan itu kita promo 17-an gue lupa kayak apa. Jadi udah mulai, udah mulai itu cuman emm mungkin dibilang ga maksimal yak an kita taro juga di setiap *cup* kita kan, ada orang foto segala macem cuma

Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



memang belakangan ini kita memang mau kasih *gift box*. Eh *gift box* itu ke siapa? Ke *influencer-influencer* kan *influencer-influencer* yang mungkin belum tau kita siapa. Jadi kita selipin juga kalau kita memang yang pertama pake gitu kan. Jadi walaupun dia ngepostnya sekarang tapi kan kita pake udah dari Agustus *simplenya* gitu, itu aja sih. Dan itu jadi *highlight* kan jadi mereka kan oh kita kedai kopi pertama, padahal sebenarnya kalau dia udah pernah beli dia harusnya udah tau gitu. Yang karna *goalnya* adalah ngencengin *awareness* untuk Kopi Kencengnya sih yang akhir-akhir ini.

(Keduanya terdiam, lalu Arya Vandana berbicara dengan karyawannya)

CA : Di Kopi Kenceng itu kayak ada tim sosial medianya ga, digital marketing?

AV : Ada, cuman bukan *inhouse*, ada *agency*

CA : Berarti semua strategi pemasaran ke agensi langsung?

AV : Oh engga dong, kita *discuss* bareng mereka eksekutornya aja. Kayak topik, *hashtag-hashtagnya*, tema-temanya itu dari kita semua. Ini masih kerekam gak sih?

CA : Masih masih

AV : Oh masih ya. Aman

CA : Sebenarnya mau nanya lagi cuman sepertinya aku harus menyelesaikan sampai bab 3 dulu

AV : Oh bab 3

CA : Nanti kan mau nanya soal kayak strategi marketingnya segala macam jadi mungkin

AV : *Simple* sih kita gak gimana-gimana, karena kan kita kedai kopi belum gede-gede banget jadi kita kan budget juga terbatas lah ya, ga bisa ampe jor-joran yang kayak gimana jadi kita ngusahain pake akses-akses yang kita adalah temen-temen gitu-gitu, ya konsepnya



kita unikin gitu, kalau orang lain jual kopi, produk udah gitu aja. Kita jual *concern* kita ya gitu. *Brand value* lah.

CA : Tapi kan ko, berarti banyak cabang tuh. Semua kayak promo terus em kayak Instagram juga cuma ada satu doang kan

AV : Iya satu terpusat

CA : Nah itu bener-bener terpusat satu aja kontrolnya, jadi semua info bakal sama selalu

AV : Ya

(Keduanya terdiam, kemudia Ko Arya berbicara dengan karyawannya)

AV : Udah gitu doang?

CA : Udah segitu dulu.

AV : Oke kalo gitu

CA : Nanti kalau ada, nanti mungkin kalau aku mau nanya lagi aku kabarin koko

AV : Oke

Sesi Wawancara 2 (Tanggal 14 Januari 2020, pukul : 09.42 WIB)

AV : Oke

CA : Pagi Ko Arya

AV : Hahahaha

CA : Hahahaha, makasih lagi udah luangin waktu untuk wawancara ya

AV : Iya

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
1. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



CA : Em jadi, langsung aja aku mau nanya ke koko. Em apa arti komunikasi menurut koko, yang koko tahu?

AV : Apa, apa?

CA : Arti komunikasi menurut koko, yang koko tahu?

AV : Waduh yang gue tahu. Waduh apa artinya. Em komunikasi apa ya. Penyampaian *message* kali ya, pesan kepada, kepada satu or sender ke *receiver* lah ya kurang lebih supaya apa makna yang dimau si *sender* bisa tersampaikanlah gitu.

CA : Terus eh dalam menjalankan Kopi Kenceng ini tuh bagaimana proses komunikasi yang koko lakuin kepada konsumen?

AV : Konsumen sih otomatis kita pake sosmed, kalau *onlinenya* sosmed Instagram doang kalau *offlinenya* ya udah pasti komunikasinya ya di tokolah ya kita selalu bikin SOP. Em sapa orangnya ini apa namanya senyum, sapa, sopan, santun, santai. 5S ya itu. Senyum, sapa. Sapa selamat pagi, selamat siang kan kalau yang lain-lain biasa ‘boleh kak kopinya’ gitu kan males gitu kayak manga dua banget.

CA : Iya

AV : Jadi kita selamat pagi, siang, sore, malam. Senyum, sapa, sopan, em *eyecontact* segala macam. Senyum, sapa, sopan, santun, santai. Santai maksudnya ya jangan terlalu SKSD lah gitu ya jadi gitu

CA : Jadi berarti saluran komunikasi yang koko pakai itu cuma melalui sosial media sama

AV : *Offline*

CA : Secara langsung ya

AV : Iya

Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



CA : Nah biasa apa aja sih yang koko komunikasikan ke pelanggan?

AV : Komuni kan kita targetnya kan em usia-usia produktif ya yang kantoran gitulah. Jadi komunikasinya paling Instastory nanya em siapa yang lembur hari ini, jangan lupa kencengin Kopi Kenceng gitu. Kalau hari Senin apa kalau hari *weekend*, kalau *weekdays* kan kerja, *meeting*. Kalau *weekend* kan nyantai sama keluarga atau gimana, jadi paling gitu sih sebatas itu.

CA : Nah terus kalau arti pemasaran menurut koko yang koko tahu?

AV : Arti pemasaran? Aktivitas untuk emm *building awareness* sampe akhirnya bisa efektif menjadi *sales* lah gitu.

CA : Nah terus apa aja kegiatan pemasaran yang koko lakuin untuk memasarkan produk ke pelanggan?

AV : Kalau kita kan em *simple* sih kalau lokal kalau lokal, lokal kan maksudnya kan kalau kopi cabang baru ya *banner*, *banner* em poster, brosur, sof *Ig Ads* gitu kan dan kita lihat nih di cabang baru ini potensial *buyernya* siapa. Jadi kita coba bikin-bikin kata-kata atau spanduknya yang sesuai sama orang-orang yang di situ. Contoh nih *marketnya* di situ kanan kirinya sekolahan jadi kita coba jualnya *non-coffee* yang apa buat anak-anak yang sekolah gitu-gitu.

CA : Jadi produknya itu menye eh dominan produk yang dijual itu menyesuaikan dengan lingkungan ya

AV : Iya

CA : Nah terus, koko tahu ga bauran komunikasi pemasaran itu apa?

AV : Bauran komunika aduh ga tau, apa ya?



CA : Jadi bauran komunikasi pemasaran itu kayak *tools* yang digunakan untuk melakukan

AV : Apa, lewat apa aja gitu ya

CA : Iya

AV : Oke

CA : Jadi, bauran komunikasi pemasaran di sini yang aku pake tuh ada periklanan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publisitas, penjualan personal sama pemasaran langsung.

AV : Oke

CA : Nah, dari komunika eh bauran komunikasi pemasaran tadi itu yang mana yang paling sering koko gunakan?

AV : Ulang-ulang

CA : Periklanan

AV : Iklan bisa sosmed termasuk ga?

CA : Em iya

AV : Oke. Ig *Ads* gitu ya

CA : Heeh

AV : Iya, pake

CA : Ada promosi penjualan?

AV : Promosi *buy 1 get 1* gitu-gitu pake

CA : Terus kayak em acara dan pengalaman jadi kayak *event*

Hak cipta milik IBI KKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI KKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.



AV : Pernah cuma ga banyak

CA : Terus ada kayak humas publisitas, humas hubungan masyarakat sama publisitas jadi bagaimana humasnya menjaga hubungan pelanggan

AV : Engga

CA : Penjualan personal sama pemasaran langsung

AV : Personal ada sih kadang-kadang misalnya yang punya cabang em Ig *story* di em Instagram mereka pribadi yang mau DM gitu ada juga.

CA : Tapi berarti yang paling sering itu periklanan sama promosi penjualan ya

AV : Iya

CA : Terus, apakah menurut koko penggunaan media sosial Instagram ini cukup memfasilitasi kegiatan komunikasi pemasaran sama konsumen?

AV : Pasti dong, pasti dong. Jadi kita juga bisa dapet *feedback*nya dari Instagram, kan kita *franchise* tapi kan ga semuanya punya pegang Instagramnya, semua terpusat kan. Supaya apa sih? Supaya bisa em terpusatlah gitu em segala macamnya gitu em jadi enak dan kita *Ig Ads Ig Ads* lah di radius biar ngeboost.

CA : Nah terus jadi kita udah masuk ke kategori yang pertama itu yang periklanan.

AV : Iya

CA : Eh, apakah Kopi Kenceng menggunakan iklan untuk memasarkan produknya?

AV : *Ig Ads* paling

CA : Jadi eh dalam bentuk iklan seperti apa yang digunakan? Jadi cuma *Ig Ads*? Jadi bentuknya cuma kayak poster gitu aja ya?

Hakipta milik IBIKKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



AV : Poster atau eh yang kayak *campaign* yang waktu itu pertama di Indonesia yang pakai *biodegradable* kita di Jakarta Info, di *influencer-influencer* gitu-gitu deh lewat *agency*.

Ig Ads juga.

CA Apakah Kopi Kenceng membuat iklan untuk kampanye #KopiKencengPeduliBumi?

AV Iklan, ada ada. Video. Video *campaign* ada

CA Dishare di Instagramnya itu kan?

AV Instagram, di *ads* juga, di Jkt Info di tiga itu.

CA Apakah iklan-iklan yang koko lakuin itu menarik perhatian konsumen? Kalau iya, apa buktinya?

AV *Eh es teh tawar (bicara dengan pegawai toko). Hmm menarik lah ya *awareness* lah ya Waktu itu kan kita kasih promo juga kan, jadi kalau yang ngeshare em dapat satu *free*. Yak ada yang ngeshare banyak juga gitu.

CA : Jadi buktinya itu dengan banyak yang turut serta dalam *repost*

AV : Iya, *repost* itu dapat satu gratis gitu

CA Eh terus

AV : Tapi biasa yang paling efektif yang bisa diukur yang lokal sih dan kita banyak juga, oh iya iklan kan selain iklan yang global ya. Banyak yang ini kita mitra kita iklannya di lokal media. Contoh Depok iklannya di Info Depok itu lumayan efektif karena mainnya basis komunitas kan

CA : Iya

Hak cipta dimiliki BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.



AV : Komunitas Depok gitu-gitu. Kayak kita Gading nih em lagi mau ngiklan di gadinglyfe tau ga?

CA : Oh iya tahu Gadinglyfe

AV : Kita kopi pertama yang iklan di situ.

CA : Terus iklan-iklan yang koko laku eh koko buat itu tuh terdapat juga ga sih di outlet-outlet Kopi Kenceng?

AV : Maksudnya?

CA : Em jadi misalnya eh iklan koko bentuknya kayak di Instagram poster gitu

AV : Hem

CA : Itu tuh terdapat ga di outlet?

AV : Oh engga

CA : Kayak banner

AV : Oh ada banner ya

CA : Aku sempet lihat di Instagra, tadi yang soal #KopiKencengPeduliBumi itu tuh banner-nya kata mbanya em udah di

AV : Copot

CA : Copot. Iya yang #KopiKencengPeduliBumi

AV : Iya kan kita ganti-ganti

CA : Oh ganti-ganti

AV : Soalnya apa sih yang di ituin sekarang yang lagi mau dinaikin apa nih. Oh menu baru ya menu baru gitu

Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



CA : Terus, apakah Kopi Kenceng menggunakan promosi penjualan untuk memasarkan produknya?

AV : Kayak apa misalnya promosi penjualan tuh?

CA : Promosi penjualan yang kayak tadi em *buy 1 get 1*

AV : Oh iya pasti dong.

CA : Jadi eh kayak kemaren kan ada yang buka cabang baru

AV : Hmm

CA : Terus aku lihat itu dia *buy 1 get 1* ya

AV : Iya

CA : Terus kalau yang ada di cabang lain dia itu ada yang diskon sesuai umur

AV : Iya bener

CA : Nah itu tuh kayak penentuan em promonya itu kayak gimana?

AV : Tergantung cabangnya mau apa, kita kasih opsi

CA : Ooh jadi terserah cabang

AV : Heeh. Lucu-lucuan aja

CA : Terus kalau promosi penjualan untuk yang kampanye #KopiKencengPeduliBumi itu berarti cuma yang waktu 17 Agustus yang *ngerepost* poster. Ada lagi ga yang lain?

AV : Emm apa lagi ya. *Campaign campaign* produk baru kali ini kalau ama yang selow series sama Titan Tyra

CA : Oh iya tahu-tahu

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



AV : Ko, ada ampas ga? (bicara dengan pedagang) Iya gitu paling kita em apa *endorse*
endorsement kan

CA : Heeh

AV : Gitu.

CA : Terus dari promosi penjualan yang dilakuin itu em menarik perhatian konsumen

CA : ga?

AV : Pasti dong.

CA : Hmm buktinya?

AV : Yang sesuai umur tuh rame banget.

CA : Oh rame banget?

AV : Iya. Lucu kan.

CA : Heeh

AV : Ada yang bawa

CA : Orang tuanya ya

AV : Orang tuanya (sambil mengunyah)

CA : Berarti promosi penjualan itu juga pasti terdapat di *outlet*?

AV : Pake *banner* aja sih biasanya

Keduanya hening, Ko Arya Vandana makan

AV : Lanjut aja, gpp lagi santai

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



CA : Heheh, terus apakah Kopi Kenceng menggunakan em kayak *event* dan pengalaman untuk memasarkan produknya?

AV : Ada dong. Kita sponsor *event-event* ada, cuma baru sih belum banyak. Em kita lihat segmennya juga sih tepat atau gak. Kemaren tuh ada liga amatir, jadi untuk liga, liga amatir tuh gini jadi namanya “Ayo Indonesia” jadi dia tuh em jadi wadah buat orang-orang pekerja segala macam yang demen main bola, punya *club* kan jadi *clubnya* ini lawan sama *club* apa. Bisa jadi satu temen *club* itu temen sekantor dia, lawan lawan gitu liga, tapi amatir tapi dibikin kayak *professional* gitu. Jadi ada divisi 3, divisi 2, divisi 1 nah kita sponsor di akhirnya jadi em setiap tim dapat jatah untuk minum kopi, kita boleh jualan sama panitianya, *share* lah bola artis gitu-gitu. Jadi karena kita kan usia produktif ya itu banget ya jadi kita mau. *Below the line* lah.

CA Heeh. Terus kalau untuk, tadi kan em untuk produknya secara umum kan ya

AV Heeh

CA : Kalau untuk yang di *campaign* #KopiKencengPeduliBumi nya itu ada ga turut serta dalam acara *event* gitu? Gak ya?

AV Engga

CA : Terus kayak *event* yang tadi turut serta dalam liga itu menarik perhatian konsumen kah?

AV : Tapi kan di *spot* itu iya. Hmm

CA : Jadi banyak yang dateng ke sana untuk beli gitu kan?

AV Engga sih, itu kan final kan jadinya ya pesertanya sama suporternya aja sih gitu. *Scoop*nya ga bisa gede-gede banget. Cuma dapet *exposure* kan kita bisa ngepost di mereka punya Instagram, barter gitu



CA : Berarti kayak em *event* gitu belum pernah dilakuin di *outlet* ya?

AV : Hmm *event* di *outlet*, ga pernah

CA : Apakah Kopi Kenceng melakukan hubungan masyarakat dan publisitas untuk memasarkan produknya?

AV : Hubungan masyarakat tuh yang mana ya? Yang jaga hubungan apa tadi?

CA : Yang jaga hubungan dengan konsumen, publisitas, keliatan lebih ke menjaga hubungan dengan konsumen gitu emm

AV : Contoh konkretnya kayak gimana?

CA : Hmm kalau di perusahaan biasa sih mungkin lebih kayak ada *press release* kayak gitu

AV : Engga, ngundang-ngundang wartawan gitu ya

CA : Tapi kalau kayak em menjalin hubungan biasa kayak dengan konsumen lewat sosial media paling ya

AV : Iya itu doang paling

CA : Apakah Kopi Kenceng melakukan penjualan personal untuk memasarkan Kopi Kenceng?

AV : Adalah banyak

CA : Oh banyak, biasa dalam bentuk apa? Kayak ngapain penjualan personalnya? Apakah datengin orang apa?

AV : Instastory pribadi

CA : Instastory pribadi ya.

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



AV : Ini produk baru yang mau coba yuk

CA : Kalau penjualan personal tadi kan em koko kan kayak *Instastory* pribadi kan, nah

koko pernah ga kayak em secara khusus *Instastory*, promosi si kampanye

#KopiKencengPeduliBumi?

AV : Engga

CA : Kenapa?

AV : Oh *ngepost* pribadi iya, cuma ga yang kita mau ampe mana paling? Ga mungkin

kita nge-DM-in “eh lu liat nih” paling ya *Instastory* pribadi ada, dan mitra-mitra juga kita

minta juga *ngepost* di akun pribadinya.

CA : Nah dari koko *ngepost* *Instastory* kayak gitu tuh menarik perhatian konsumen ga?

Kayak ada ga yang nge-DM mau dong? Mau gitu

AV : Paling bilang, paling *appreciate* ya. Kan temen-temen kita juga tahu kalau taro di

Kopi Kenceng belum tentu semuanya ngeh gitu kan, di pribadi kan “Oh iya kan, bagus nih

campaignnya”

CA : Kalau penjualan personal itu dilakuin di *outlet* juga ga?

AV : *Outlet* udah pasti penjualan personal sih

CA : Iya pasti penjualan personal sih hahaha

AV : Heeh

CA : Kopi Kenceng ada ngelakuin pemasaran langsung ga? Untuk memasarkan Kopi

Kenceng?

AV : Contohnya?

CA : Emm

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



AV : Engga, pemasaran langsung tuh kayak apa gitu?

CA : Pemasaran langsung kayak kita bawa produknya terus kita kayak nawarin orang

AV : gitu

AV : Iya paling bawa brosur

CA : Oh gitu. Berarti untuk *campaign* #KopiKencengPeduliBumi juga engga ngelakuin

AV : ya

AV : Engga. Karena #KopiKencengPeduliBumi itu lebih buat *awareness*, *goalnya*

CA : Apa itu sosial media menurut koko?

AV : Sosmed menurut gua? *Platform* lah ya buat media berkomunikasi pake cara *modern*

AV : lah kira-kira

CA : Kan koko kan media sosial yang digunakan cuma Instagram, kenapa koko memilih media sosial Instagram untuk mengomunikasikan dan memasarkan produk?

AV : Ya, karena *usernya so far* Instagram ya.

CA : Untuk target pasarnya lebih ke Instagram ya?

AV : Iya heeh

CA : Bagaimana koko mengelola media sosial agar menarik perhatian konsumen?

AV : Hmm di set dulu *hashtagnya* apa, terus target marketnya siapa, target market aktivitasnya apa gimana kita bisa *relate engage* sama mereka jadi dari unsur kontennya, fotonya yang *related* sama target market gitu gitu.

CA : Terus kalau menurut koko apa keuntungan dan kelebihan menggunakan media sosial dalam melakukan komunikasi pemasaran?



AV : Bisa lihat efeknya langsung, keuntungannya ya kan misalnya Insta Ads bisa keliatan siapa yang *follow* siapa, yang em like siapa terus target market ga gitu, Keuntungannya kelihatan lah ya contohnya kalau lu bagi brosur kan ga tau kemana, siapa sih yang megang ya kan bisa lihatnya adalah ada hasil ga atas brosur itu. Cuma kalau sosmed kan lebih lihat ada interaksi ga, mereka bisa DM, mereka bisa *post* bisa apa.

CA Em ini sekarang ke *campaign* #KopiKencengPeduliBumi

AV Hmm

CA Apa itu *campaign* KopiKencengPeduliBumi?

AV Kan kita yang pertama di Indonesia yang pakai sedotan, cup, sama plastik *takeaway* yang ramah lingkungan. Nah kita mau nunjukkin bahwa ya kita peduli bumi ga cuma jualan, karena memang kan kita sampe ratusan ribu per ya ratusan ribu per order kan jadi bayangin aja kalau *cup* itu plastik biasa, ngotorin Jakarta sekian ratus ribu *cup* gitu kan jadi kalau ini kan kita lebih *guilty free* lah ya gitu.

CA : Berarti tujuan kampanye #KopiKencengPeduliBumi ini tuh untuk membantu mengurangi sampah plastik?

AV : Iya pasti dong

CA : Terus ada lagi ga tujuannya?

AV : Sebenarnya sih tujuannya itu doang, cuma kalau itu jadi ningkatin *awareness*, ningkatin penjualan itu kita ga pikirin. Nomor satu karena kita pribadi dari perusahaan *concern* itu aja.

CA Terus kalau untuk yang em target sasaran kampanye #KopiKencengPeduliBumi ini siapa?



AV : Semua *customer* sih. Jadi ga cuma yang peduli doang, semuanya.

CA : Jadi kayak terserah eh lu peduli atau ga peduli sama lingkungan tapi em

AV : Kalau gue peduli

CA : Kalau lu beli lu udah turut serta peduli

AV : Hm iya betul

CA : Terus em bagaimana penerapan kampanye #KopiKencengPeduliBumi?

AV : Em taro di *cup*

CA : Sedotan sama plastik

AV : Ada. *Halo, *sorry* om saya lagi *meeting* om lagi wawancara *sorry* (berbicara di telepon) Gimana?

CA : Ee penerapan kampanye #KopiKencengPeduliBumi?

AV : Taro di *cup* udah paling signifikan jadi di *cup* bisa langsung lihat kan gitu. Itu sih paling efektif sih sebenarnya karena IG *Ads* kita mau berapa duit mau berhari-hari, *post* bisa keluar berapa duit kan

CA : Iya

AV : Jadi kalau itu kan *simple* orang kalau tiap kali dia beli dia tahu gitu dan katakanlah mereka foto *ngepost* di Instagram mereka kan jadi itu sih, di *repost that's why* kenapa kita tahu.

CA : Berarti untuk ee masarin si #KopiKencengPeduliBumi itu paling efektif ee menggunakan *cup*nya sendiri langsung ya?

Hak cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menghormati dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



AV : Iya bener, kita jadikan iya sebenarnya kita jadikan *cup* itu juga media komunikasi juga sih. Yakan sekalian gitu, ya kan?

CA : Orang beli tapi secara ga langsung kemakan iklan juga makan promosinya

AV : Iya ada *experience* juga gitu. Karna kan kita udah bayar desainnya desain sekalian kan gitu kan jadi kenapa ga digunain di *utilize* juga gitu.

CA : Terus ee sekarang ada berapa jenis produk di Kopi Kenceng yang koko jual?

AV : Duh banyak, 25 kali ya lebih kali ya

CA : 26 kata mbanya sih tadi

AV : Lupa, 26 ya

CA : Iya sekitar segitu. Eee apa aja fasilitas yang koko berikan ke pelanggan yang dateng ke Kopi Kenceng?

AV : Tergantung nih Kopi Kenceng mana?

CA : Kelapa Gading

AV : *Wi-fi*, tempat nongkrong, colokan hmm ga diganggu-ganggu pokoknya nongkrong lama

CA : Terus apa tanggapan pelanggan atas fasilitas yang dikasih?

AV : Oke aja sih, nyaman segala macam kan, *wi-fi* juga kenceng, mereka bisa kerja lama ga ganggu-ganggu, tempat ac, cuma memang satu ada fasilitasnya ee apa namanya paling parkirnya kurang gede.

CA : Eee berarti bisa dibilang target market toko ini tuh ee orang-orang dengan usia produktif ya?



AV : Iya

CA : Terus gimana minat pasar dari target market koko?

AV : Minat pasar? Ya susah diukur sih tapi *mostly* memang yang beli usia-usia segitu.

Kadang selera ya kalau makanan minuman ya

CA : Iya

AV : Ya tapi ada aja langganan gitu. Kita coba, dulu kan kebanyakan cowo, sekarang kasih

target yang cewe juga pake *non-coffee* segala macam gitu. *Iya Ris? Hallo, iya. Iya ya ya.

Ga ada semeter? Serious? Hah lu udah ukur? Udah ukur? Wah balikin ga usah. Iya, iya gpp.

Iya oke. Yo oke heeh* (berbicara di telepon)

Keduanya hening

AV : *Hallo. Hmm iya ya yang ga semeter balikin. Iya oke*. (berbicara di telepon). Yes,

lanjut

CA : Bagaimana Kopi Kenceng mempersiapkan dan memasarkan bauran komunikasi

pemasaran yang Kopi Kenceng lakukan? Jadi apa aja yang koko ee persiapkan dalam

memasarkan produk-produknya?

AV : Persiapannya? Oh paling *meeting* temanya bulan ini mau apa per tiga bulan lah,

tema per tiga bulan apa misalnya kemaren mau diangkat ibu-ibu ya satu bulan itu ibu-ibu

produktif, usia produktif. Orang kreatif, orang kreatif terus ee apa temanya gitu deh lebih ke

situ sih

CA : Jadi tiap 3 bulan sekali ada kayak pergantian tema

AV : Iya iya iya.



CA : Terus menurut koko apa aja sih yang perlu dilakuin supaya marketing komunikasi yang dilakuin itu berjalan dengan baik?

AV : Ya kita sebenarnya sudah nentuin target market tapi kan ga segampang itu. Lu bisa efektif dan *engage* ga sih sama target. Jadi kita sebenarnya kita *campaign* ini efektif ga sih, ga efektif *campaign* misal *do something* yang ini efektif ga sih. Mana yang efektif itu yang kita ulang, kalau ga efektif ya kita ga lanjutin lagi gitu. Mana yang paling *engage* sama *customer* mana paling rela *relate* ama mereka gitu.

CA : Terus biasa hambatan apa yang dihadapin dalam melakukan pemasaran?

AV : Hambatan ape? Hmm aduh hambatannya apa ya pemasaran. *Budget* hahaha

CA : *Budget* ya

AV : *Budget* ya kita sebagai *owner* milih-milih *agency*, milih *endorser*, pilihan banyak jadi dengan *range of result* yang kita punya ya gimana *utilized* kita pilih mana yang sesuai lah gitu. Karena kalau *budget* yang ga *unlimited* kan ya mesti pilih-pilih lah gitu. Itung-itung *budget* mana efektif gitu

CA : Oke. Ngomong-ngomong aku baru liat di Instagram Kopi Kenceng ini *grand opening*nya yang sini baru 3 Agustus 2019?

AV : Oh engga, *re-opening*. Dulu kan cuma di depan doang, terus sekarang masuk ke dalam

CA : Ooh soalnya di Instagram tulisannya *grand opening*.

AV : Hooh iya

CA : Oke

AV : Udah? Dikit amat



CA : Dikit? Itu udah 50 pertanyaan tau

AV : Masa sih?

CA : Ah iya. Yang di sini aja ada 49 terus masih ada yang dari sini

AV : Oh gitu, mungkin ada yang mirip-mirip kamu kurang lebihnya gitu ya

CA : He-eh

AV : Oh gitu, nanti sama si *agency* gini juga?

CA : Iya

AV : Oh oke, Gue telponin dia deh, siapa tau dia lagi bisa ya. *Aku minggu ini bisa kamis pagi sampe siang atau jumat sore. (baca text Whatsapp)

CA : Kamis aku ada ujian, aku cek dulu jam berapa.

AV : Kalau ga kamu kontak dia langsung aja ya, udah gue WA-in nomornya

CA : Oke ko, makasih ya

AV : Iya sama-sama. Sukses ya. Semoga cepet sidang cepet lulus.

CA : Iya Amin. Makasih ko.

Sesi Wawancara 3 (Tanggal 27 Januari 2020, pukul : 10.52 WIB, Via Whatsapp)

Sesi Wawancara 2 (Tanggal 14 Januari 2020, pukul : 09.42 WIB)

CA : Ko, aku mau tanya2 lagi yaa soal kampanye #KopiKencengPedulibumi

AV : Ya

CA : Selama ada kampanye ini, pertanyaan2 seperti apa yang sering ditanyakan konsumen perihal kampanye ini?

Hak cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



AV : Koko lg nytr. Boleh jawab pake *voice note*?

CA : Okee gpp ko santai aja. Boleh. Tunggu selesai nyetir jg gpp biar ga bahaya

AV : Hallo Cin, ya koko jawab pake *voice note* ya. Hmm *mostly* sih responnya positif dari para emm *customer* terutama *customer* yang *concern* ya. Wah bagus banget nih kalau ada di dekat rumah gua, gua pasti belinya Kopi Kenceng aja. Nah paling pertanyaan-pertanyaan umum yang dikasih ke kita adalah ini beneran bisa ter-*degradable* gitu? Kok bentuknya sama kayak plastik gitu. Nah itu emm kita jelasin bisa di sosmed gitu ya jelasin bahwa oh ya ini bener-bener sama kayak plastik kok ini plastik, cuman ditambahin bahan eemm *oxium* jadi emm ter-*degradable* lebih cepet. Karena pada dasarnya semua plastik pasti *degradable* cuman kan ratusan ribuan tahun, nah ada zat yang ditambahkan untuk membikin awet suatu barang ada zat yang ditambahkan untuk memperpendek umur sebuah barang. Nah *oxium* ini *simply* adalah zat untuk memperpendek umur si plastik, jadi dia bisa *degradable* lebih cepet. Nah pertanyaan berikutnya adalah nanti proses *degradablenya* gimana gitu ya. Ya nanti terurainya gimana? Apa dihancurin dulu atau gimana ya itu kita jelasin dengan panas ataupun eemm panas bumi emm *sorry* maksudnya dengan terik matahari misalnya di penampungan sampah gitu ya nanti akan terurai eemm sampai kecil-kecil dan dimakan mikroba gitu, teroksidasi lah bahasanya gitu kurang lebih.

CA : Tapi selama ini ada ga ko pengalaman buruk yg dirasakan terkait kampanye ini?

AV : Ohh ada banget, karena *oxium oxo-biodegradable* plastik itu di market itu eemm pro dan kontra ya. Emang *the best way* adalah dengan apa pake *tumbler* jadi ga usah pake gelas kaca, ga usah pake *cup* plastik gitu ya. Solusi terbaik kedua adalah *compostable*, *compostable* itu eemm mahal gitu ya jadi mahalnya adalah mahal banget. Jadi kalau kita jual Kopi Kenceng lima belas ribu ga masuk, mungkin kalau masuk segmen Starbucks juga lebih masuk gitu. Nah *compostable* itu kan kalau kena air dia bisa hancur gitu ya eemm bener-

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bener jadi pupuk gitu kan. Lebih terurainya lebih pendek lagi cuma untuk diaplikasiin di bisnis model Kopi Kenceng agak susah karena plastiknya itu kalau kena air, kena es gitu akan bolong kalau dibawa Gojek atau Grab pada saat pemesanan *online*. Nah jadi kita pake *oxo* nah memang *oxo* bisa dibilang buka yang *the best way* untuk solusi paling ideal yang bisa dipakai tapi solusi terbaik saat ini yang Kopi Kenceng bisa pake. Jadi si *oxo* ini eemm banyak isu-isu mikroplastik ya jadi kalau dia ga terurai ntar jadi mikroplastik gitu gitu gitu. Nah banyak isu itu eemm sedangkan yang yang ngembor gemborin tentang isu mikroplastik itu sebenarnya mereka ya mereka eemm pecinta lingkungan gitu-gitu cuman mereka ga *do research* gitu untuk bener ga sih si *oxo* ini bener-bener jelek gitu atau jadi mikroplastik ya mikroplastik bisa bahaya lah bla bla bla . Nah jadi si *oxium* ini mereka punya penelitian yang udah disetujui sama dipatenin di Amrik udah di SNI-in dan eemm ada *certified* bahwa memang ini hasil lab-nya me me menghasilkan bahwa memang ini akan *terdegradable* menjadi tepung kecil-kecil gitu dan itu akan eemm apa namanya teroksidasi dan dimakan mikroba gitu udah diuji di lab segala macem, sedangkan yang ngomong itu belum ada uji lab-nya jadi itu sempet eemm ini nih apa sama aja ga beda sama plastik ini mah jadi mikroplastik lebih bahaya kan itu masih pro dan kontra karna kan ya media Instagram yang para pecinta lingkungan itu ya mungkin mereka ya dapet informasi dari *googling* padahal *googling* belum tentu informasinya akurat gitu.

CA : Okee deh ko. Makasih yaa jawabannyaaa.

AV : Siapppp

CA : Ko, akum au tanya lagii. Kenapa kalo di gerai Kopi Kenceng ga pernah ada karyawan yg kasih informasi soal kampanye #KopiKencengPeduliBumi ini?

AV : Ya emang ga di *force* untuk info. *Too many information*. Di *cup* kita rasa cukup

Hak cipta milik IBI IKKG (Kustid) Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



CA : Ohh jadi itu juga alasan kenapa ga banyak iklan atau info di sosmed soal kampanye

ini ya?

AV Ya. Palung diselipin aja

CA Oke ko sip. Makasihh

AV Sip

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN WAWANCARA INFORMAN UTAMA 2

Profil Informan Utama 2

Nama Lengkap : Graciela Sugisandhea
Usia : 19 tahun
Jenis Kelamin : Wanita
Pekerjaan : *Account Executive* Kopi Kenceng
Tanggal Wawancara : 16 Januari 2020
Tempat Wawancara : Kopi Kenceng Kelapa Gading
Waktu Wawancara : 10.39 WIB

CA : Cinthya Aprilla

GS : Graciela Sugisandhea

CA : Pagi Ciela

GS : Pagi

CA : Kenalin aku Cinthya, kemaren udah Whatsapp kamu. Makasih ya udah mau dateng hari ini. Emm jadi aku dapet info dari Ko Arya kalau kamu tuh em orang yang ngurusin untuk sosial media dari Kopi Kenceng.

GS : Iya bener, bener.

CA : Nah jadi di sini emm posisi kamu itu sebagai apa ya?

GS : Eee di sini sih sebagai *account executivenya* di Kopi Kenceng, jadi ee ngurus sosial media ya gitu

CA : Jadi semua kegiatan sosial media dari Kopi Kenceng itu udah di bantu sama kalian, kamu ya?



GS : Iya, jadi mulai dari ee bikin konten terus habis itu juga ee analisa ee sosial medianya sampai eksekusi ngepost setiap hari dan laporannya gitu.

CA : Terus kalau gitu emm apakah Kopi Kenceng menggunakan iklan dalam eem untuk memasarkan produknya?

GS : Iya

CA : Apa aja iklan yang udah pernah di pake?

GS : Emm iklan biasanya kita perbulan, perbulannya itu kayak emm ganti-ganti misalnya bulan ini emm *event*nya apa, situasinya apa misalnya ada natal atau misalnya ada emm tahun baru gitu. Mungkin nanti disesuaikan iklannya sama itu atau misalnya ada *campaign* dari Kopi Kenceng itu sendiri misalnya seperti #KopiKencengPeduliBumi waktu itu kita emm kita *create content* tersebut.

CA : Berarti bentuk iklannya itu apa aja?

GS : Bentuk iklannya itu biasanya karena di sini di sosial media biasa bentuk iklannya video, video *campaign* bisa juga emm sekedar poster aja juga bisa yang untuk emm mengajak masyarakat untuk melihat iklan tersebut gitu.

CA : Berarti Kopi Kenceng itu udah pernah ya membuat iklan untuk yang *campaign* #KopiKencengPeduliBumi

GS : Iyaa

CA : Bentuk video sama foto ya poster

GS : Heem waktu itu bentuknya video *campaign*

CA : Nah, kan kalian juga ngelakuin analisis terhadap sosial medianya Kopi Kenceng kan

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



GS : Heem

CA : Nah dari iklan-iklan yang kalian buat itu apakah itu menarik perhatian dari konsumen?

GS : Iya waktu itu emm menarik banget sih yang terutama yang #KopiKencengPeduliBumi *campaign*nya itu karena dibarengin dengan promo juga jadi emm pas kita *post* itu eh juga menarik perhatian, wah apa nih. Ini emm gerakan peduli bumi juga kan jarang *coffee shop* yang emm buat seperti itu terus kita barengin juga dengan *repost* video tersebut emm *customer* bisa dapet *free coffee* gitu jadi cukup antusias.

CA : Nah terus kalau untuk promosi penjualan itu Kopi Kenceng menggunakan apa aja biasanya?

GS : Kalau promosi penjualan biasanya kita di kalau di *offlinenya* itu ada promo seperti misalnya *standing bannernya* misalnya promonya apa biasanya diganti terus tuh di *standing bannernya* terus emm bisa juga kalau di Instagram kita rutin di *Instastory* misalnya ada cabang baru buka itu kita ada promosinya misal *buy 1 get 1*, atau promo sesuai usia gitu-gitu itu kita *post* di *feeds* dan *Instastory* gitu

CA : Ohh gitu oke. Berarti untuk yang promosi penjualan *campaign* #KopiKencengPeduliBumi itu emm apa aja yang udah dilakuin?

GS : Emm promosi di *campaign* itu kita emm kolaborasi sama emm model yang usianya itu di usia emm remaja gitu di *millennials* jadi biar *related* sama *campaign*nya kita kalau *millennials* itu ternyata *behaviournya* itu suka minum kopi tapi ternyata menyumbang sampah plastik juga jadi kita mau emm nyentuh hati para *millennials* juga dengan bikin video *campaign* itu. Nah setelah udah pada *related* terus kita juga kasih *appreciate* ke mereka yang *repost* dengan dapet *free coffee* gitu.



CA : Berarti itu udah pasti banget ya menarik perhatian konsumen karena mereka banyak yang ikut turut serta *repost*

GS : Iya, selain kontennya yang menarik juga oh kenapa engga *repost* dapat *free coffee* juga kok gitu

CA : Dan turut serta membantu lingkungan

GS : Iya betul

CA : Nah lalu kalau untuk emm acara dan pengalaman Kopi Kenceng tuh pernah melakukan sesuatu ga?

GS : Pernah sih waktu itu Kopi Kenceng juga pernah emm kerjasama sama satu emm lembaga *soccer* gitu di Indonesia namanya Liga Ayo. Itu emm kita pernah isi acara di situ sebagai *sponsor* emm jadi kita sponsorin pemain *football* Indonesia untuk cobain kopi kita terus buat ningkatin *awareness* juga terus buat penonton-penontonnya juga bisa cobain.

CA : Kalau sama yang Miwa a ya Miwa Indonesia yang dutanya Mira Hoeng

GS : Oh yang *designer* itu ya?

CA : Iya, itu jatohnya apa ya?

GS : Itu *sponsorship* sih

CA : Oh *sponsorship*

GS : Iya *sponsorship*

CA : Terus kalau untuk yang acara dan pengalaman untuk *campaign* #KopiKencengPeduliBumi tuh ada ga?

GS : Emm kalau itu kita lebih *online* aja sih, jadi dari video itu aja. Kita *offlinenya* ga bikin acaranya.

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



CA : Terus kalau yang dari yang emm sponsor di acara yang emm Liga Ayo Indonesia itu, itu tuh menarik perhatian konsumen ga?

GS : Menarik banget karena emm ada beberapa yang cobain Kopi Kenceng itu kan pemain *football* Indonesia yang cukup terkenal sama ada juga salah satu tim *football* yang isinya tuh artis-artis Indonesia kayak Adipati Dolken gitu-gitu emm itu mereka, kita dapet fotonya juga ada juga yang emang ngerepost juga artis-artisnya gitu jadi *followers followers*nya pada saat itu juga emm jadi ngekepoin Instagram Kopi Kenceng juga gitu

CA : Jadi berpengaruh ya

GS : He-eh he-eh

CA : Nah, lalu apakah Kopi Kenceng menggunakan hubungan masyarakat dan publisitas untuk memasarkan produknya?

GS : Untuk hubungan masyarakat pastinya kita *maintain* juga dari segi *online* ataupun *offline* kalau *offline* mungkin dari emm baristanya misalnya emm gimana rasanya atau kayak gimana kepuasan konsumen. Kalau misalnya di *online* mungkin dari *reply reply* DM terus kalau ada yang *repost* kita juga *say thankyou* terus kalau ada yang komen negatif kita juga tangani ga kita diemin aja gitu .

CA : Aku lihat sih yang kayak #KopiKencengPeduliBumi tuh ada yang

GS : Iya banyak banget yang

CA : Iya banyak yang *comment* “ah ini kayak masih kurang membantu”

GS : He-em iya

CA : Segala macem, terus aku lihat *reply*-an dari Kopi Kencengnya juga kayak bijaksana gitu sih.



GS : Iya

CA : Kayak mengakui kalau ini belum benar-bener

GS : Jadi sebenarnya ini cuma alternatif aja kan cuma emang banyak yang kayak ngira *oxo-biodegradablenya* sendiri bahaya, padahal engga sebenarnya ada beberapa tipe gituloh

CA : Apakah Kopi Kenceng membuat hubungan masyarakat dan publisitas untuk kampanye #KopiKencengPeduliBumi?

GS : Hmm di dalam *in the form of* ini sih menurut aku yang dapet *free coffee* dia kan *appreciate* ya yang *ngerepost* video yang udah kita buat itu kita kasih apresiasinya *free coffee* jadi itu buat *maintain* hubungan antar *customer* menurut aku

CA : Kalau untuk penjualan personal kalian ada emm membantukah?

GS : Penjualan personal mungkin emm misalnya spg-spg gitu ya. Kalau misalnya di *store* tetep kita mungkin dari segi *baristanya* gitu ya yang kayak misalnya *customer* bingung gitu mau pesen apa mungkin emang *baristanya* kita *training* untuk oh misalnya “sukanya yang *non-coffee* atau *coffee* kak” gitu misalnya jadi barista kita juga bisa merekomendasikan gitu.

CA : Nah kalau dalam penjualan personal itu apakah emm kayak diberi tahu atau kayak memperkenalkan bahwa ada *campaign* #KopiKencengPeduliBumi?

GS : Hmm waktu itu dipenjual eh kalau dalam segi penjualan personal ya pas hari tersebut walaupun ada *customer* yang belum tahu ada *campaign* tersebut, kita kasih tahu sih misalnya emang di Instagram lagi ada jadi emm kita juga minta mereka buat ikutan gitu *ngerepost*.

CA : Emm terus kalau untuk pemasaran langsung apakah Kopi Kenceng melakukan pemasaran langsung untuk memasarkan produk Kopi Kenceng?

Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



GS : Hmm pemasaran langsung misalnya emm kalau *event-event bazaar* gitu biasa kita suka ditawarkan dari kampus atau dari *company* yang lagi bikin *bazaar* ee waktu itu pernah di Kemayoran juga di JiExpo gitu-gitu sih kita pernah.

CA : Berarti bentuk pemasaran langsungnya itu eh dalam turut serta *bazaar* ya.

GS : *Bazaar, booth*

CA : Terus apakah Kopi Kenceng membuat pemasaran langsung untuk kampanye #KopiKencengPeduliBumi?

GS : Hmm engga sih. Kalau pas *campaign* itu bener-bener *online* terus emm ngapresiasi *customer* dengan *free coffee* gitu

CA : Nah kalau yang tadi kan dilakuin apa turut serta dalam *bazaar*, di *bazaar* itu tuh menarik perhatian konsumen ga?

GS : Menarik, karena kita salah satunya juga selalu ada *standing banner* kalau kita tuh keunikannya apa. Nah keunikan Kopi Kenceng ini kan kita tuh emm pionir kopi ken eh kopi pertama di Indonesia ya yang punya 3 level, nah kita biasa selalu kasih *standing banner* itu di sampingnya *booth* kita. Jadi orang penasaran apa nih, kok kopi ada levelnya gitu.

CA : Nah jadi untuk media sosial, jadi media sosial apa aja yang digunakan sama Kopi Kenceng untuk mengomunikasikan dan memasarkan produknya?

GS : Hmm kalau sementara ini Kopi Kenceng eh insta di Instagram sih kita emang aktifnya di Instagram.

CA : Kenapa memilih Instagram sebagai media sosial untuk memasarkan dan mengomunikasikan produknya?

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



GS : Karena satu, Instagram memang yang lagi banyak-banyaknya dipakai. Dulu kan memang anak muda aja tapi sekarang mulai emm usia dewasa dan orang tua juga mulai pakai, terus Instagram juga yang paling efektif dan praktis sih bikin kontennya jadi kalau misalnya dibandingkan emm *platform* lain Youtube itu kita kayak emm *ngepostnya* lama, terus ada perizinannya segala macam, kalau Instagram kita bisa lebih fleksibel ngolah kontennya juga gitu.

CA : Nah terus bagaimana cara kalian dalam mengelola media sosial agar tetep menarik perhatian konsumen?

GS : Oh pastinya emm konten-kontennya itu kita sesuaikan dengan zaman yang lagi ada nih misalnya kita *relat*nya sama apa, misalnya ada tren apa, oh mungkin kita bisa buat konten yang seperti itu habis itu juga emm apa nih apa namanya emm stabil eh bukan stabil, konsisten. Emm misalnya harus *ngepostnya* itu ada jadwalnya, terus habis itu emm kalau bisa jangan bolong-bolong gitu ya, terus habis itu juga ngelihat nih emm *followers-followers* kita itu cocoknya di konten yang seperti apa, jadi misalnya *followersnya* suka konten A gitu ya udah yang kita terusin itu konten A yang rutin supaya menarik mereka terus gitu.

CA : Nah terus kalau menurut kamu, apa keuntungan dan kelebihan menggunakan media sosial dalam mengomunikasikan dan memasarkan produk Kopi Kenceng?

GS : Hmm keunggulannya pastinya kalau media sosial lebih cepet ya daripada *offline* ya. Kalau *offline* orang bener-bener harus datang baru tahu, kalau media sosial oh mungkin orang lagi *scroll* aja terus tahu gitu, terus kit terus sekarang udah lebih di permudah lagi jadi dengan adanya *Key Opinion Leader* misalnya selebgram-selebgram emm terus abis itu artis terus bisa juga emm pake Instagram *Ads* juga. Itu kan berbayar tetapi emm cukup terjangkau ya harganya, jadi emm cukup irit biaya juga di media sosial, gitu sih.



CA : Lalu, apa yang perlu diperhatikan supaya emm *marketing* komunikasi produk Kopi Kenceng itu bisa berjalan dengan baik?

GS : Hmm yang perlu diperhatikan, emm lihat juga gitu maksudnya keunggulan dari kita sendiri, dari internal itu apa keunggulan Kopi Kenceng. Emm harus terfokus pada keunggulan dan keunikan Kopi Kenceng lalu di informasikan kepada *customer* jadi *customer* tahu apa yang mau kita sampaikan, terus habis itu juga emm tahu kalau dari sisi eksternalnya kita lihat eh *customer* ini sukanya apa, sukanya seperti apa. Misalnya promo-promo atau seperti apa itu yang kita *repeat* terus .

CA Nah terus, biasanya apa sih hambatan yang dihadapi dalam menjalankan komunikasi pemasaran gitu?

GS Hmm mungkin bisa di *timing* juga ya, misalnya kita udah buat kontennya cukup menarik gitu ya tapi misalnya ada kondisi, satu kondisi yang ternyata ga mendukung. Karena waktu itu pernah, jadi udah bikin kontennya oke, tapi ternyata itu lagi hari mati lampu se-Indonesia waktu itu. Terus jadikan turun banget kan kita udah bikin konten, *which is* kontennya itu ga mudah dan ga murah gitu ya, terus pas kita *post* ternyata lagi mati lampu semuanya, jadi ga ada yang liat juga percuma juga kan, terus bisa juga emmm..yang kayak gitu sih kadang-kadang suka, mungkin ga *relate* atau gimana gitu gitu.

CA : Apakah *ads* atau iklan yang digunakan itu sudah berfungsi dengan baik dan sudah memenuhi tujuan dari Kopi Kenceng?

GS : Eem tertentu sih, misalnya kalau *ads*nya kan ada beberapa ya misalnya kita rutin satu bulan berapa *ads* satu bulan berapa *ads* mungkin ada yang satu misalnya kurang efektif mungkin karena kontennya tapi kebanyakan efektif sih kebanyakan *reach*nya pasti nambah

CA : Jadi udah berfungsi dengan baik ya

Hak cipta, milik BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak cipta dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

1. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.



GS : Iya

CA : Terus biasanya bagaimana emm kalian mempersiapkan presentasi atau bentuk iklan untuk produk Kopi Kenceng ?

GS : Emm biasanya kita emm dari visual si foto terus habis itu desain terus dalam bentuk emm bosor gitu biasanya *online brochure* gitu emm terus kita *ptomote* deh ke Instaads gitu sesuai konten yang mau kita promosiin.

CA : Apakah dengan menggunakan Instagram Kopi Kenceng menjadi lebih dekat dengan target marketnya?

GS : Emm iya karena emang *customernya* main Instagram kan kebanyakan jadi lebih emm dua arah sih lebih lebih dekat jadinya

CA : Terus biasa bagaimana cara kalian merespon dan menampung setiap komentar atau DM yang masuk ke Kopi Kenceng?

GS : Emm karena kita emang emm *maintain* tiap hari dan Instagramnya juga ga dipegang sama aku sama *owner* juga jadi emm pasti semua DM yang masuk sebisa mungkin kita *reply* secepat mungkin

CA : Biasa kalau kayak gitu emm kalian ada bikin *notes* ga sih dari oh orang-orang ada yang komentar kayak gini gini buat dijadiin bahan review gitu?

GS : Ohh pasti pasti jadi misalnya emm jadi biasanya kita ada grup sosial media sama pemasaran juga jadi kalau misalnya ada orang misalnya ada protes nih misalnya di cabang ini ada emm apa kesalahan ini gitu pasti langsung di masukin ke grup gitu buat evaluasi.

CA : Oke deh segitu aja dari aku. Makasih ya udah mau luangin waktu

GS : Iya gpp kok santai aja, sukses ya.

Hakipta milik IBIKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



CA : Iyaa makasihh.

C : Sama-sama

GS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN WAWANCARA INFORMAN KONSUMEN 1

Profil Informan Konsumen 1

Nama Lengkap : Ellyana Dewi Santika
Usia : 18 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswi Fashion
Tanggal Wawancara : 18 Januari 2020
Tempat Wawancara : Via Line
Waktu Wawancara : 18:16
CA : Cinthya Aprilla
ES : Ellyana Santika

CA : Hallo Santika. Kenalin aku Cinthya mahasiswa jurusan ilmu komunikasi di Kwik Kian Gie. Jadi aku sering lihat di IG story Kopi Kenceng yg repost story kamu minum Kopi Kenceng nih. Kira2 kamu bersedia ga untuk aku wawancarai? Kebetulan aku lagi proses penyusunan skripsi mengenai Kopi Kencen

ES : Hallo ci. Ciii kok cici bs tau aku sering post kopi kenceng? Wkwkwkk

CA : Liat di Ig Kopi Kenceng kan suka di repost tuh

ES : Oooooo pantes. Boleh bgt cii wawancara akuu

CA : Waktu itu aku lihat kayak ada 2 hari berturut2 di repost juga wkwkwkw

ES : Iyaaa emgg wkwkwkw suka bgt soalnya!

CA : Yeay. Kamu ada waktunya kapan?



ES : Ini harus ketemuan ya?

CA : Kalau kamu ga bisa ketemuan gpp kok, bisa via chat

ES : OMG SBB CIII. Bisa cii skrg via chatt

CA : Iya gpp kok. Okee aku mulai sekarang ya. Sebelumnya aku minta biodata singkat kamu ya. Nama lengkap, usia, sama pekerjaan

ES : Ellyana Dewi Santika, 18 Tahun, Mahasiswa *Fashion*

CA : Okee. Dari mana kamu pertama kali tahu soal Kopi Kenceng Kelapa Gading?

ES : Jadikan aku anak kelapa gading terus aku suka cari coffee shop gitu di daerah sini nah kebetulan aku pas nyari nyari nemu kopi kenceng di kelapa gading ya udah aku cobain dan suka. Jadi sering minum kopi kenceng karna dekat rumah juga

CA : Oooh jadi kebetulan emang deket dari rumah yaa. Kamu seberapa sering sih mengonsumsi Kopi Kenceng?

ES : Iyaaa betul cii. Cii kemaren aku ketiduran. Hmmmmm mungkin 2 minggu sekali

CA : Iya gpp kok. Udh malem juga kemaren soalnya. Lumayan sering ya berarti. Kenapa kamu sering beli produk Kopi Kenceng?

ES : Karena menurut aku kopinya bener2 signature dan kerasa bgt, dan trus jugaa harganya terjangkau dan enak bgt pokoknya kopinya dan menu2nya khas bgt!

CA : Wah kalau boleh tahu yg mana favorit kamu dr semua varian kopi kenceng?

ES : Kopi black sakura!!! Ituu aku yg paling suka bgtt wkwwk

CA : Wahh aku belom coba ya itu sih. Besok aku coba ah! Karna kamu cukup sering minum kopi kenceng, kamu tau ga soal kampanye #KopiKencengPeduliBumi?



ES : Tau kok ciiii

CA : Dari mana kamu tau kampanye ini pertama kali?

ES : Dari cup minumannya kopi kenceng

CA : Terus apa yang kamu tahu mengenai kampanye ini?

ES : Kampanye ini membicarakan tentang cup dari kopi kenceng yang berasal dari *Oxo Biodegradable* Plastik yaitu plastik yg dpt terurai dalam 5 tahun. Selain itu ia juga menggunakan *eco straw*

CA : Menurut kamu eksekusi kampanye ini udh baik blm?

ES : Iyaa udah baikk cii

CA : Apa alasannya?

ES : Karenaa memang saat membeli di stannya atau *counternya*, pasti dptnya cup dan strawnya yg eco ituu. Jadi memang sudah berjalan dengan baik dan konsisten

CA : Lalu kalau menurut kamu, seberapa penting adanya info mengenai #KopiKencengPeduliBumi pada *cup*, sedotan, dan plastik *takeaway* mereka?

ES : Cii aku vn aja yaa cii. Menurut aku informasinya penting banget ci, karena kalau misalnya ga ada informasi di *cupnya* menurut aku juga orang jadi ga tau kalau misalnya ternyata tuh Kopi Kenceng itu dia emm dia mempunyai emm kampanye tagar itu kan apa kopi kenceng *hashtag* peduli bumi dan itu perlu banget buat di taro di *cupnya* dengan dan menurut aku dengan ditaro di *cupnya* itu yang paling orang bisa baca dari *cupnya* dibanding maksudnya dari Instagram gitu gitu jadi menurut aku di *cup* itu yang paling emm bisa bikin orang tau tentang kampanye ini terus emm kalau menurut aku ya ini penting banget terus habis itu emm ya menurut aku penting bangetnya itu karena jadinya bisa apa itu namanya di

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sedotannya semua jadi orang tau oh ga cuma sedotannya *cupnya* itu tuh ternyata bukan sembarang gitu dan juga menurut aku sih ini salah satu ciri khas dari Kopi Kenceng juga karena eh apa namanya dia punya eh *hashtag* atau tagar yang maksudnya menurut aku nih ditempat eh kopi kopi lain itu ternyata belum ada lagi jadi baru dia doang gitu jadi menurut aku ini penting banget gitu.

CA : Okeee. Tp kamu pernah lihat soal kampanye #kopikencengpedulibumi di instagram mereka ga?

ES : Belum pernah nihhh. Sepertinya blm prnah

CA : Jadi kamu sendiri tau karna emang ada di cup nya ya. Apakah dengan adanya program kampanye #KopiKencengPeduliBumi, kamu jadi mengetahui adanya bahaya yang ditimbulkan oleh plastik?

ES : Betull, tp sebelum itu saya sudah tau juga. Tentang bahaya yg ditimbulkan oleh plastik

CA : Oooo jadi udh tau juga ya sebelumnya. Terus dengan adanya info bahan oxo-biodegradable, apakah menurut kamu ini sudah bisa menyadarkan konsumen untuk mengurangi penggunaan plastik?

ES : OMG SBB CI. AKU VN YA SKRG CII

CA : Aku telpon aja skrng kamu bisa ga?

ES : Boleh cii

CA : Minta no hp mu aja aku telpon yaa

ES : ***** Sorry ci kemaren aku masih imlekan jadi gak bisa bales... trs kampus hari ini

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Milik UMS-URang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



CA : Iyaa gpp kok. Aku telpon skrng kamu lg sibuk ga?

ES : Bisa kok skrg. Skrg ajaa.

Selanjutnya wawancara dilakukan melalui telpon

ES : Selamat malam

CA : Hallo malam Ellyana

ES : Cii *sorry* banget ci kemaren aku kemaren baca *chat* dulu terus aku masih imlekan terus aku lupa

CA : Iya gapapa kok emang lagi imlekan kan jadi aku juga kayak wajar gitu loh orang pada sibuk

ES : Oke cii. Jadi mau oh nanya apa ya?

CA : Ya jadi aku mau nanya-nanya lagi ya mungkin ada pertanyaan beberapa pertanyaan yang kayak sama cuman biar buat konfirmasi ulang aja ya. Nah aku mau nanya eemm kamu biasa suka dateng ga ke Kopi Kencengnya langsung?

ES : He-eh biasanya aku beli langsung

CA : Nah terus selama ini kalau kamu beli tuh kamu sadar ga mengenai penggunaan bahan *oxo-biodegradable* pada gelas, sedotan sama plastiknya Kopi Kenceng?

ES : He-eh sadar, soalnya ada tulisannya jadi baca

CA : Jadi kamu tuh taunya karna emang ada tertulis ya di sana

ES : He-eh

CA : Nah waktu kamu sadar itu kamu lihat digelasnya itu tuh karna kamu emang tipe yang suka ngeliatin gelas sampe sadar atau kayak gimana?

Hak Cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ES : Iya suka ngeliatin gelas. Gelasnya, *cupnya* minuman gitu

CA : Oh jadi karna itu ya kamu akhirnya sadar

ES : He-eh

CA : Nah pas kamu lihat tulisan itu tuh berarti kamu tau ga kalau misalnya nama kampanye nama kampanyenya itu #KopiKencengPeduliBumi?

ES : Iya sadar, baca

CA : Jadi waktu kamu lihat kamu langsung sadar ya kalau kampanyenya itu kampanye #KopiKencengPeduliBumi?

ES : He-eh betul

CA : Nah waktu kamu tahu kalau misalnya itu adalah kampanye #KopiKencengPeduliBumi kamu ada niatan ga untuk nanya-nanya ke kayak baristanya atau ke siapa gitu soal kampanye ini?

ES : Hmm engga kayak baca aja gitu jadi ga pengen nanya-nanya gitu sih

CA : Eemm kenapa kamu ga pengen nanya-nanya? Udah paham atau karena ga tertarik?

ES : Eemm udah paham sama ga tertarik nanya, soalnya jelas tulisannya itu

CA : Ohh jadi udah tertera jelas ya jadi kayak ga perlu nanya lagi

ES : Iya

CA : Nah terus hmm ntar ya. Nah kamu emang ga pernah penasaran ya soal eemm kelanjutannya sih kampanyenya itu, tapi menurut kamu penting ga ada info mengenai program kampanye #KopiKencengPeduliBumi di gelas mereka di sedotan atau di plastiknya itu?



ES : He-em penting menurut aku. Lebih penting dari pada di *upload* di sosmed

CA : Kenapa?

ES : Emm soalnya kayak menurut aku sih orang bakal lebih lihat kalau misalnya di *cupnya* gitu. Maksudnya eemm ya gimana ya kalau orang minum kan nanti dia biasanya kalau lagi minum dia taro di meja gitu kan jadi ini maksudnya tulisannya kelihatan gitu daripada di sosmed gitu belum tentu kan buka Instagramnya Kopi Kenceng

CA : Iya iya bener ya. Eemm terus berarti menurut kamu penting ya penulisan eemm soal kampanye ini di gelasnya?

ES : He-em penting

CA : Oke nah dengan adanya tulisan di *cupnya* ini tuh kamu itu emm menurut kamu mereka itu berhasil ga sih narik perhatian kamu?

ES : Berhasil

CA : Berhasil ya. Kenapa berhasil?

ES : Eemm karena kalau menarik perhatiannya maksudnya kalau aku nangeknya menarik perhatian itu maksudnya eemm karena menurut aku tulisannya emang jelas jadinya kan kebaca, habis itu juga eemm menurut aku juga menarik perhatian ini sih gara-gara ya kayak unik aja gitu maksudnya di merek-merek lain ga ada gitu kan yang kayak gitu giitu cuman ini doang Kopi Kenceng doang

CA : Oke hmm terus kalau menurut kamu engga gimana perasaan kamu waktu kamu tahu soal kampanye #KopiKencengPeduliBumi ini?

ES : Seneng karena oh eh apa namanya ternyata jualan kopi maksudnya ga cuman buat eemm apa namanya bisnis doang tapi ternyata eemm juga peduli sama bumi gitu

Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



CA : Ohh terus kalau tanggapan kamu terhadap kampanye ini sendiri itu gimana?

ES : Eemm menurut aku bagus sih maksudnya salah satu yang eemm cukup sangat membantu juga eemm kayak maksudnya orang bisa minum kopi tapi juga maksudnya salah satunya *cupnya* lebih ramah lingkungan gitu. Tetap bisa enak minum kopi tapi eemm ya tetep maksudnya tetep ga kayak yang beli di merek-merek lain kayak eemm *cupnya* kan susah terurai jadi maksudnya terurai dalam waktu lima tahun gitu.

CA : Oh yaa, nah eemm berarti selama ini eemm kamu itu ga pernah juga kan ya dapet informasi dari baristanya soal kampanyenya ini kan ya?

ES : Engga, ga pernah

CA : Nah terus kalau menurut kamu apa sih tujuan Kopi Kenceng bikin program kampanye seperti ini?

ES : Eehh ya tujuannya kalau menurut aku ya eemm lebih ini sih maksudnya kayak bisnis jualan kopi tapi maksudnya tetep eemm membuat maksudnya kan maksudnya eemm orang banyak suka minum kopi jadi tetep memenuhi kepuasan masyarakat tapi juga membantu masyarakat untuk eemm lebih maksudnya eemm membantu masyarakat secara tidak langsung gitu jadi membantu buat masyarakat yang beli-beli mau minum kopi juga bisa mem eemm apa namanya ramah lingkungan gitu. Jadi kayak maksudnya eemm apa namanya lebih lebih membantu masyarakatlah buat masyarakat lebih ramah lingkungan gitu, jadi minum kopi tapi tetep bisa menjaga bumi gitu

CA : Hmm jadi intinya tuh Kopi Kenceng tuh tujuannya tuh pengen membantu masyarakat untuk minum kopi tapi juga bisa ramah lingkungan yaa.

ES : Iyaa



CA : Nah terus kalau menurut kamu dengan adanya kampanye ini apasih manfaat yang bakal diterima oleh Kopi Kenceng itu sendiri?

ES : Menurut aku sih bakalan lebih maksudnya lebih anti mereka lebih *antimainstream* kayak maksudnya oh tempat lain ga ada terus selain itu juga menurut aku walaupun popularitasnya bisa lebih meningkat gitu kayak misal ada orang ngomong kayak 'eh itu kalo beli di sana maksudnya selain rasanya enak juga ini loh apa namanya eemm lebih ramah lingkungan loh gitu maksudnya kita juga emm terus menurut aku ya jadinya ada ciri khasnya tersendiri gitu loh kayak 'oh kalau produk kopi ini emm kopi yang lagi kekinian ini tuh ternyata bisa ramah lingkungan juga gitu kayak gitu sih

CA : Hmm oke. Terus kalau misalnya kamu nih denger soal Kopi Kenceng citra apa yang atau gambaran apa yang kamu miliki terhadap Kopi Kenceng?

ES : *Foundernya.*

CA : Oh kalau kamu denger Kopi Kenceng kamu ingetnya *foundernya*

ES : He-eh ko Arya

CA : Eemm kenapa?

ES : Karena Ko Arya itu kalau aku ke sana kan dia suka ada di sana ya terus suka ajak ngobrol dan terus aku juga ada ikut organisasi yang ternyata ada dianya. Jadi kalau denger Kopi Kenceng aku jadi inget ko Arya sih.

CA : Hmm ter tapi kamu sendiri udah menganggap Kopi Kenceng ini sebagai suatu usaha yang peduli lingkungan ga?

ES : Iya

CA : Hmm karena?



ES : Ya itu karena dia eh punya inisiatif buat pake *oxo-biodegradable* itu.

CA : Nah selanjutnya kalau menurut kamu pribadi kampanye peduli bumi itu apa sih?

ES Kalau menurut aku? Kalau kampanye peduli bumi itu ya menurut aku emm dengan cara yang kampanye peduli bumi adalah suatu kampanye yang eemm ingin menyadarkan masyarakat untuk lebih peduli pada bumi, misalnya kayak kampanye peduli bumi berupa suatu tindakan gitu kalau menurut aku sih ga cuma maksudnya emm ga cuman maksudnya kalimat doang atau slogan tapi kalau menurut aku lebih ke tindakan gitu. Kayak misalnya mengurangi penggunaan plastik, kayak jadinya kemana-mana belanja pake tas, pake tas belanja gitu terus kayak juga eemm lebih kayak pake ke *stainless straw* gitu sih jadi kayak yang lebih bisa dicuci lagi. Terus juga eemm lebih kayak apa ya kayak emmm makannya di restoran ga di bawa pulang gitu jadinya pakenya mangkok gitu kan jadi mangkoknya bisa dicuci lagi jadi ga pake plastik gitu-gitu

CA Ohhhh okee. Nah kamu sendiri kalau misalnya mau turut serta dalam emm kampanye yang peduli bumi itu biasa yang jadi pertimbangan kamu apa buat mau turut serta dalam kampanye itu?

ES : Eemm karena pertimbangan aku ya satu emmm aku juga salah satunya berbuat baik yaitu juga emm apa namanya berbuat baik juga karena untuk melindungi bumi terus juga maksudnya pertimbangan aku ya jadinya juga eemm dengan menjadi teladan buat orang lain juga gitu maksudnya oh ini kita pake tas belanja gitu kalau ga maksudnya bawa kantong plastik sendiri dari rumah gitu yang kita punya gitu-gitu jadi pertimbangan aku sih lebih kayak bisa ngajak orang lain ya buat juga kayak gitu

CA : Oohh terus

ES : Ci, cici dikasih kontek siapa aja ci?



CA : Emm ga dikasih siapa-sia ga dikasih kontak siapa-siapa sih aku cuma tau kamu karena aku lihat di Instagramnya Kopi Kenceng terus kalo dari ko Arya sendiri dia ga ngasih rekomendasi sih jadi aku nyari sendiri

ES : Ohh gitu

CA : Emm kamu itu kalau untuk kampanye peduli bumi kamu lebih familiar sama kampanye #KopiKencengPeduliBumi atau lebih familiar sama penggunaan bahan *oxo-biodegradable* mereka?

ES : Apa ci *sorry*?

CA : Oh untuk kampanye peduli bumi ini kamu tau ga ehhh kamu lebih familiar sama kopi #KopiKencengPeduliBumi atau kamu lebih familiar sama penggunaan bahan *oxo-biodegradable* mereka?

ES : Yang kedua yang penggunaan *oxo-biodegradablenya* aku selalu inget sama itunya sih

CA : Oohh jadi kamu emang lebih familiar sama itu ya ketimbang si *hashtag* itu sendiri

ES : He-eh oke terus

CA : Nah kamu sendiri sih pernah ga liat kampanye #KopiKencengPeduliBumi ini di tempat lain? Misalnya kayak di sosial media mereka atau pernah lihat *banner* mereka ga?

ES : Kayakanya sosial media oh hiya iya pernah pernah ya yang di Instagramnya pernah lihat kayak video teasernya gitu

CA : Iya itu ada, kalau *bannernya* kamu pernah lihat ga?

ES : Engga cuma lihat video *teasernya* doang



CA : Ooohh eemm kamu sendiri kalau misalnya waktu beli Kopi Kenceng itu kamu biasanya inget ga soal kampanyenya ini? atau cuma kayak waktu awal-awal doang kamu inget ada kampanye ini?

ES : Inget, selalu inget soalnya tiap kali beli kayak kan mau foto, kalau misalnya mau foto lihat gitu tulisannya

CA : Ooohh bentar yaa. Hmm menurut kamu udah bagus belum penempatan info program kampanye mereka ini di kemasan produknya?

ES : He-eh udah bagus.

CA : Terus kalau misalnya udah bagus menurut kamu seefektif apa sih tulisan di kemasan mereka ini?

ES : Kalau menurut aku sih efektif banget soalnya eemm menurut aku pasti kelihatan gitu, maksudnya kalau misalnya lagi nerima *cup*nya kelihatan kan tulisannya gitu.

CA : Jadi kayak eemm karna ada di *cup*nya orang yang beli pasti bakal lihat ya

ES : Lihat he-eh

CA : Terus

ES : Asal kalau ga beli yang itu sih yang coklat black sakuran itu mah ga kelihatan tulisannya

CA : Oh iya karena minumannya udah gelap ya hahaha

ES : He-eh

CA : Kemaren aku udah coba tuh black sakura rasanya kayak mawar

ES : Emang cici skripsinya maksudnya ga tentang nanyain doang gini maksudnya tentang rasa-rasanya juga?

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Hak cipta dan Unduh di Unduh-Unduh
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



CA : Rasanya sih engga cuma kan ya kita basa basi dulu hahahaha

ES : Ooh

CA : Iya iya

ES : Terus kok cici kepikiran tentang Kopi Kenceng ci?

CA : Karena waktu milih judul temen aku ada yang bahas soal kayak emm *no straw movement*nya KFC kan nah terus aku kayak tiba-tiba inget gitu kayaknya Kopi Kenceng punya gerakan yang mirip gitu

ES : Oohh

CA : Jadinya aku pikir yaudah aku Kopi Kenceng aja deh gitu

ES : Oke oke

CA : Terakhir, udah terakhir belum sih udah. Kamu ada saran ga untuk Kopi Kenceng?

Telepon terputus, wawancara dilanjutkan melalui chat Line

ES : Eh ciini. Sorry aku kepenget airplane mode

CA : Wkwkwkwk

ES : Yang terakhir aku vn aja ci

CA : Kalo gtu terakhir. Iyaa. Saran untuk kopi kenceng apa?

ES : Ehhh kalau menurut aku saran untuk Kopi Kenceng ya eemm aku ga kepikiran sih aku ga ada saran apa-apa lagi sih karena menurut aku udah rasanya enak banget emm minumannya terus juga menurut aku coklat sama kopinya *signature* banget jadi menurut aku udah enak banget sih kayak terus udah kreatif banget menu-menunya terus juga menurut aku



porsinya udah pas terus juga maksudnya kalau harganya juga menurut aku *worth it* kayak pokoknya udah baguslah semua terus kalau saran aku sih ya eemm keluarin menu-menu baru lagi maksudnya yang enak yang kreatif kayak *black sakura* gitu-gitu itu enak banget terus juga menurut aku sih sarannya juga lagi adalah ya terus eh buat eh *oxo-biodegradable* nya itu harus terus dipake karena menurut aku itu bagus banget dan juga udah sangat membantu buat eemm lebih rama lingkungan itu aja sih sarannya kayak terusin aja eemm itunya berharap supaya apa Kopi Kenceng bisa terusin yang *oxo-biodegradable*nya itu karena itu bener-bener sangat membantu banget jadi orang bisa tetep enak minum kopi, minum coklat tapi juga tetep bisa membantu bumi. Itu ya cii

CA Okee. Makasih banyak yaaa.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN WAWANCARA INFORMAN KONSUMEN 2

Profil Informan Konsumen 2

Nama Lengkap : Suryo
Usia : 28 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Pegawai Swasta
Tanggal Wawancara : 21 Januari 2020, 25 Januari 2020
Tempat Wawancara : Via DM Instagram
Waktu Wawancara : 18:16 WIB

CA : Cinthya Aprilla

S : Suryo

CA : Wah, hallo kak. Suka minum Kopi Kenceng ya?

S : Haloo juga. Iya lumayan sering hehe

CA : Kalau boleh tahu biasa beli Kopi Kenceng di cabang mana?

S : Biasa nya sih yg di klapa gading. Emg kenapa ya?

CA : Jadi sebelumnya perkenalkan saya Cinthya Aprilla Fuardy. Mahasiswi semester 7 di Kwik Kian Gie. Saat ini saya sedang menyusun skripsi mengenai Kopi Kenceng dan sedang mengumpulkan narasumber untuk di wawancara. Apakah kakak bersedia jika saya wawancara seputar Kopi Kenceng?

S : Oooohhh pantesan. Oke salam kenal chintya. Boleh aja sih tp klo bisa bahasa jangan terlalu kaku yaa. Hahaha

CA : Okee siap kak. Sebelumnya aku minta info nama, umur, sama pekerjaan yaa

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Himpunan Mahasiswa Informatika Kwik Kian Gie
 Himpunan Mahasiswa Informatika Kwik Kian Gie



S : Hahaha harus banget umur yaa?

CA : Iyanehh biar tau juga konsumen Kopi Kenceng range umurnya brp hehehe

S : Hahahaha oke. Panggil aja suryo, 28 tahun, pegawai swasta.

CA : Okayyy. Kalau boleh tau, pertama kali tau Kopi Kenceng dari mana nih?

S : Hahaha sebenarnya sih dari pacar. Nama pacar sama umur ga di tanya juga kan?

CA : Wah dari pacar yaa. Pacarnya selera kopinya oke nihh. Ga kok, ga perlu wkwkwk

S : Hahaha iya jadi ketularan nih

CA : Udah dari kapan nih kalau boleh tau minum Kopi Kenceng?

S : Wah ga inget detail nya kapan sih, tp klo ga salah sekitar bulan Mei 2019. Soalnya

klo ga salah deket sama momen anniv

CA : Oooh udah lumayan lama juga ya. Yg jadi menu favoritnya apa nih di Kopi Kenceng?

S : Favorite nya sih yg es kopi kenceng nya yg level 3, biar ga ngantuk

CA : Kalau untuk kualitas produknya gimana menurut kakak?

S : Yaa pasti enak lah hahaha Apalagi bisa bikin meleak buat temen kerja pas lg ngantuknya

CA : Kalau soal harga gimana?

S : Harga sih standart lah, masih sesuai isi kantong dan kondisi perut

CA : Jadi kalau alasan milih Kopi Kenceng itu karena apa?



S : Hhhmm ada bbrp sih. Rasanya cocok sama lidah, trus harga nya terjangkau, sama yg paling gua suka sih kemasan nya ramah lingkungan gitu. Hahaha kok jadi kyk orang

curhat ya?

CA : Wahh gitu toh. Gpp kok kan berarti jujur. Kalau gitu tau dong soal kampanye #KopiKencengPeduliBumi?

S : Tau dooonngg

CA : Dari mana pertama kali tau soal kampanye #KopiKencengPeduliBumi?

S : Kalo awal nya sih dari kemasan

CA : Ohh dari cup Kopi Kenceng ya berarti. Apa yang kakak tau mengenai kampanye #KopiKencengPeduliBumi?

S : Wah bakal panjang lg dong cerita nya hahaha

CA : Hahaha iya sih agak panjang tp gpp kok ceritain aja santai

S : Yaa itu salah satu gerakan go green. Karna kan bumi ini uda terkenal dengan sampah plastik yg sangat ga ramah lingkungan. Nah sementara kopi2 kekinian dan minuman lainnya itu skrng kemasan nya plastik semua. Yg mana itu semakin mendukung pencemaran plastik, khususnya di Indonesia. Nah si kopi kenceng ini mau mendukung gerakan go green dengan hashtag nya mereka. Bagus nya lagi mereka bikin kemasan yang ramah lingkungan, mulai dari bahan cup dan sedotan yg mudah terurai. Kira2 itu sih yg gua tau itu udah di rangkum kok jd ga panjang hahaha

CA : Apakah kamu sendiri dengan adanya program kampanye ini ingin mengurangi penggunaan plastik?

Hak cipta milik BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar BIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.



S : Yaa jelas doongg kan uda banyak bukti klo plastik salah satu yg merusak lingkungan

CA : Kalo gitu berarti kamu mendukung gerakan ini ga?

S : Iya dong pastinya

CA : Bukti bahwa kamu turut mendukung program kampanye ini apa?

S : Ga byk sih. Paling kayak beli kopi kenceng. Sama klo blanja ke minimarket ga pake kantong plastik

CA : Wah gpp small act big impact kok hahaha. Apakah setelah mengetahui program kampanye #KopiKencengPeduliBumi kamu menjadi lebih memilih Kopi Kenceng dibanding kedai kopi lain?

S : Iyaa dong. Kapan lg minum kopi sekaligus ngedukung gerakan Peduli Bumi.

Hehehe

CA : Mantapp ya. Kalau kakak sendiri pernah lihat program kampanye ini di Instagram ga?

S : Klo di ig ga pernah ngeh sih ada apa engga

CA : Ohh ga pernah yaa. Jadi menurut kamu sosialisasi program kampanye #KopiKencengPeduliBumi ini kurang ya di Instagram?

S : Iya kayak nya, tp klo dari kemasan nya sih uda jelas tertera di situ

CA : Okee jadi sosialisasinya yang secara langsung udah baik ya?

S : Iyaa yg secara langsung jd lebih efektif. Mgkn yg di ig harus lebih gencar lagi kampanye nya.

Hak cipta milik IBIKKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



CA : Jadi ditingkatkan di IG yaa. Nah kalau saat ini kamu mengingat kopi kenceng sebagai kedai kopi seperti apa? Apakah sebagai kedai kopi yang peduli lingkungan?

S : Iyaa itu yg paling melekat di otak ttg kopi kenceng

CA : Apa alasannya?

S : Karna setau gua baru kopi kenceng yg pake bahan2 ramah lingkungan di banding sama kopi2 kekinian yg lg booming saat ini

CA : Okee terus kira2 ada saran ga untuk kopi kenceng kedepannya untuk program kampanye ini?

S : Mungkin harus mulai banyakin iklan kampanye nya di sosmed mgkn jg bisa bikin giveaway dengan souvenir yg berbau kampanye2 nya

CA : Wah bagus juga sarannya. Nanti aku coba sampaikan ke pemiliknya ya siapa tau bisa dipertimbangkan. Segitu dulu pertanyaan dari aku. Makasih ya udah mau di wawancara.

S : Nanti klo aku ada pertanyaan lagi mohon bantuannya lagi ya. Sukses terus untuk kerjaan dan hubungan sama pacarnya.

S : Wah jgn sebut nama yaa nanti bahaya klo di rekrut jd tim kreatif nya kopi kenceng. Iyaa sama2. Amin

CA : Hahaha iyaiya. Tp kan asik kalo di rekrut.

Sesi Wawancara 2 (Tanggal 25 Januari 2020, pukul : 20.435 WIB)

CA : Hallo, aku mau tanya2 lagi yaa. Berkenan ga kak?

S : Nanya apalagi nih? Emang ga imlek kan ya?

CA : Iya nanya2 lagi sedikit seputar kampanyenya nihh. Imlekan tapi skripsi tetap jalan.

Kalau berkenan mungkin bisa diganggu sebentar imlekan kakaknya heheh



S : Hahaha boleh boleh

CA : Okee makasih yaaa. Waktu itu kan kakak sempat bilang sadar kampanye

#KopiKencengPeduliBumi dari kemasannya. Apakah saat itu kakak sadar jika mereka menggunakan bahan *oxo-biodegradable* pada gelas, sedotan, dan plastik *takeaway* mereka?

S : Iya sadar kan tertulis juga

CA : Berarati mengetahuinya dari kemasannya langsung ya soal penggunaan bahan ini?

S : Iyaa soalnya ada tulisan di cup, sedotan sama plastiknya

CA : Setelah tau ada program kampanye ini perasaan kakak gimana?

S : Hhmmm lebih ke semangat buat menjaga bumi ini aja dari sampah2 plastik sih, apalagi klo banyak orang yg sadar jg pasti makin semangat

CA : Iyaa bener banget tuh. Terus setelah tau ada program kampanye ini tanggapan kakak gimana? Apakah kakak penasaran atau oh sekedar tau aja deh

S : Yaa pasti mendukung bgt sih. Penasaran mah Cuma awal aja. Soalnya kampanye nya makin sini nya kurang greget. Pdhl bagus bgt tuh buat narik *customer* baru dgn jadiin kampanye nya sebagai ciri khas kopi nya mereka.

CA : Pas awal2 penasaran itu ada nanya2 ga ke barista nya soal kampanye ini?

S : Hahaha ga sih, ga kepikiran jg

CA : Oalah mungkin karna infonya jg udh di kemasannya kali ya? Hahaha. Tapi dari pihak baristanya ada kayak usaha menjelaskan ga sih? Kayak kasih info bahwa ini loh kita sekarang pake bahan *oxo-biodegradable* yg ramah lingkungan

S : Naaahh bener. Di kemasannya udah cukup mempresentasikan. Hahahaha lebay banget bahasanya. Hhhmmm engga sih, kayak nanya ga ada yg jelasin



CA : Terus menurut kakak apa tujuan Kopi Kenceng bikin program kampanye seperti ini? Manfaat untuk kopi kenceng apa kira2?

S : Wah gatau yaa. Tp mgkn buat mendukung gerakan *gogreen* sih. Manfaat nya yaa harus nya sih banyak. Kyk mengurangi sampah plastik yg baru bisa terurai lama bgt. Trus klo mereka lebih gencar mgkn itu bisa di jadiin kesempatan buat promosi nya mereka. Kyk misalkan jd pelopor kopi kekinian yg pake bahan *oxo-biodegradable*. Nah klo misal kyk gitu kan bisa jd ciri khas mereka. Dan mgkn bisa berdampak ke sekitar dgn memakai bahan yg sama biar bumi ini lebih terjaga. Dan lain-lain deh hahaha

CA : Kalau denger Kopi Kenceng, citra seperti apa yang terlintas di pikiran kakak?

S : Enak, melek, sama ramah lingkungan

CA : Kakak sendiri setuju ga sama penulisan #KopiKencengPeduliBumi pada *cup* mereka? Apa alasannya?

S : Setuju selama mereka memakai bahan ramah lingkungan. Tp ada catatan lagi, klo emg mau lebih peduli sama bumi kayak nya mereka jg harus mulai mengajak *customer* nya mereka buat lebih peduli sama bumi

CA : Wah bener juga. Biar ga Cuma satu pihak ya yang berusaha tp semua pihak bisa turut serta. Kan kakak ga pernah nanya dan dapet info dari barista, nah dengan penempatan di *cup* aja tuh bikin kakak selalu inget ga sih klo ada kampanye ini?

S : Naaahh cakeeepp. Klo gua sih inget karna gua orang nya *aware* sama sekeliling yaa. Tp blom tentu orang lain sama kyk gitu kan

CA : Iyaiya bener. Kalau menurut kakak pribadi kampanye peduli bumi itu apa? Ini secara general ya artinya apa gtu



S : Apa yaa?? Klo menurut gua artinya menjaga dan merawat lingkungan buat kelangsungan hidup semua makhluk hidup, biar ekosistem yg ada di lingkungan tersebut ga punah. Gatau bener apa engga sih lg males *googling* soalnya haha

CA : Nah kakak sendiri suka ga sih turut serta dalam kampanye peduli bumi di luar sana?

S : Suka banget tp ga sering. Dulu sih pernah ikut 300 pohon manggorve, acara kantor sama paling sehari2 ngurangin penggunaan plastik sama kertas.

CA : Nah untuk ikut kegiatan kampanyenya gitu ada kayak pertimbangan tertentu ga.

Misalnya harus yg legal, konsisten atau apa gitu. Atau apapun itu mau ikut?

S : Yg pasti waktu nya tidak mengganggu waktu kerja. Trus klo namanya untuk peduli bumi harus nya ga ada yg illegal yaa, kan itu hal baik

CA : Iyaa bener. Sebenarnya kakak sendiri lebih familier sama

#KopiKencengPeduliBumi atau penggunaan bahan *oxo-biodegradable* di Kopi Kenceng?

S : Lebih familier sama penggunaan bahan nya

CA : Wahh kalau gitu penting ga adanya info mengenai program kampanye

#KopiKencengPeduliBumi?

S : Penting sebener nya karna fokus setiap orang kan beda2, jd sapa tau klo ga fokus

sama bahan nya seenggak nya masih bisa fokus sama *hashtag* nya

CA : Lalu penulisan program kampanye #KopiKencengPeduliBumi ini cukup menarik perhatian kakak ga awalnya?

S : Iyaa sih pasti karna kan di kemasan jg ada hastag itu jd pasti menarik

CA : Jadi menurut kakak udah bagus belum penempatan info program kampanye ini di kemasannya?



S : Untuk di kemasan uda bagus. Untuk di sosmed kayak nya kurang

CA : Jadi untuk di sosmed perlu di tingkatkan ya. Kalau *bannernya* pernah lihat ga di gerai Kopi Kenceng?

S : Kayak dulu pernah lihat sekilas deh

CA : Ohh sekilas aja yaa tp ga diperhatiin? Terus kalau kakak beli Kopi Kenceng, kakak pasti inget ga soal kampanye ini?

S : Iya ga terlalu merhatiin sih. Iya inget soalnya di kemasan nya kan jelas tertulis kampanye nya

CA : Berarti menurut kakak adanya tulisan #KopiKencengPeduliBumi di kemasannya itu efektif ga untuk bikin orang sadar kalo mereka sedang mengadakan kampanye tersebut?

S : Kurang efektif sih. Karna kampanye itu ga tersampaikan secara global. Soalnya rata2 yg tau kampanye itu pasti Cuma yg langganan beli kopi kenceng doang

Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN WAWANCARA INFORMAN KONSUMEN 3

Profil Informan Konsumen 3

Nama Lengkap : Nabilah
Usia : 23 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Pegawai Swasta
Tanggal Wawancara : 27 Januari 2020
Tempat Wawancara : Kopi Kenceng Kelapa Gading
Waktu Wawancara : 17:20 WIB

CA : Cinthya Aprilla

N : Nabilah

CA : Hallo kak terima kasih ya udah bersedia untuk aku wawancara hari ini nah jadi aku pengenalan lagi nama aku Cinthya jadi sekarang aku lagi bikin eemm skripsi nih seputar Kopi Kenceng. Nah jadi aku mau tahu dulu nama lengkap kakak, usia sama pekerjaan kakak apa sekarang?

N : Emm oke sore Cinthya. Namaku Nabilah umur aku 23 sekarang pekerjaannya di jadi pegawai swasta.

CA : Okee. Nah akum au tau dong kira kira eh engga bukan kira kira. Kakak pertama kali tau Kopi Kenceng itu dari mana?

N : Jadi waktu itu kan aku lagi jalan-jalan sama temen-temen terus aku ke MOI nah di MOI itu kan di bagian bawah ada stan-stan gitu ya

CA : Oh iya

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 tanpa izin IBIKKG.



N : Terus kebetulan aku ngelihat ada stan Kopi Kenceng karena kebetulan aku juga lagi nyari minuman gitu terus yaudah deh dari situ aku cobain

CA : Eemm nah dari pertama kali kakak ke stan yang di MOI itu kira-kira jadi berapa lama tuh kakak jadi konsumen Kopi Kenceng?

N : Itu udah lumayan lama sih ya, udah kayak sekitar hampir dua tahun sih 2018 lah

CA : Oohh 2018 ya berarti dari awal cukup awal mereka buka ya

N : He-em udah lumayan lama juga sih

CA : Eemm terus seberapa sering sih kakak pergi ke Kopi Kenceng?

N : Kalau untuk ke sini sih sebenarnya kalau dibilang sering juga engga kayak mungkin 2 bulan sekali tapi ya. Itu cuman paling kalau misalnya mau ketemu temen-temen kan cari

coffee shop gitu kan terus ini juga tempatnya lumayan nyaman jadi aku suka aja gitu ke sini cuman engga sering-sering banget sih dua bulan sekali lah, paling sering sebulan sekali

CA : Oohh jadi biasanya kakak eemm minum Kopi Kencengnya itu kalau misalnya mau nongkrong sama temen-temen aja ya?

N : Iyaa cuman kalau misalnya minum aku juga biasa juga pesen sih kayak mungkin di *online* gitu ya karena aku emang suka aja kopinya gitu

CA : Oohh nah terus emang kopi favorit kakak itu apa?

N : Kalau yang awalnya aku suka minum kopi mager ya cuman sekarang kan udah keluar yang baru yang biscoff jadi aku lebih suka yang itu sih

CA : Oh iyaa. Terus karna kakak sering nih beli Kopi Kenceng kakak sadar ga sih kalau misalnya mereka itu pake bahan *oxo-biodegradable* pada gelas, sedotan dan plastik *takeaway* mereka?



N : Hmm awalnya sih ga sadar ya cuman kan aku kadang suka bacain gitu di gelasnya emang ada tulisan si #KopiKencengPeduliBumi nah itu kalau untuk *oxo-biodegradability*nya aku kurang *aware* tapi kalau untuk yang ter terurainya bahannya mereka yang digelas 5 tahun kalau yang disedotan 2 tahun sih aku tau sih. Karena aku memang sering bacain juga dan cukup menarik menurut aku ya

CA : Oohh jadi kaka tipe yang suka bacain gelas-gelas minuman yang biasa dibeli ya

N : Iya karena kan sekarang lucu-lucu ya kalau misalnya kan ada yang kopi lain kan lucu-lucu tuh buat di Instagram di *post* ya jadi aku bacain juga dan menurut aku cukup menarik juga sih menurut aku

CA : Oke emm berarti kakak ini tau soal kampanye #KopiKencengPeduliBumi ga?

N : Awalnya sih engga ya aku pikir karna itu cuma kayak Cuma *hashtag* mereka aja bukan untuk kayak kopi kenceng peduli bumi mungkin kalau aku baru nyadarnya karena mungkin tuh peduli lingkungan tapi awalnya banget sih engga sih pertama-tama minum Kopi Kenceng tuh engga *aware* sih kalau mereka tuh sebenarnya ngadain kampanye

CA : Eemm oke. Eemm terus berarti waktu kakak lihat si tulisan #KopiKencengPeduliBumi itu awalnya kakak ga *aware* ya

N : He-em

CA : Terus setelah kakak tau soal kampanyenya ini tuh kakak ada niatan ga sih buat nanya misalnya ke baristanya atau gimana soal kampanyenya ini?

N : Engga sih yaa karena menurut aku kan aku baca jadi kayak aku juga engga kepo kepo banget gitu sampe nanya ke baristanya jadi kayak cuman sekedar baca aja digelasnya oh mereka ada kampanye nih #KopiKencengPeduliBumi oh yaudah gitu

CA : Ohh jadi cukup yaudah sekedar tau aja gitu ya

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



N : Iya sekedar tahu aja

CA : Terus eeh kalau perasaan kakak sendiri waktu tau ada kampanye

#KopiKencengPeduliBumi itu gimana?

N : Menurut aku sih bagus ya karena kan *coffee shop* nih nah *coffe shop* ini juga banyak banget pasti pake plastik dari sedotan, gelas, terus kalau buat kemasan kayak plastik yang buat *takeaway*nya dan kalau dia ngadain kayak gini yang mudah terurai menurut aku bagus sih karena jadinya kan ngurangin sampah juga walaupun dalam lima tahun udah cukup cepet sih untuk terurai sampahnya kayak gitu

CA : Heem kalau tadi kan soal perasaan kakak, kalau tanggapan kakak waktu tau ada kampanye ini gimana?

N : Aku tanggapan aku sebenarnya bagus mereka dan aku juga cukup dukung ya karena bumi kita juga semakin banyak sampah kalau dilihat diberita-berita makanya kemaren bisa jadi banjir itu pasti juga salah satunya sampah kan. Nah dengan adanya mereka ngadain kampanye gini tanggapan aku bagus sih lebih digencerin aja kalo bisa. Karna kan gerakan mereka udah bagus udah kayak bisa bantu ngurangin sampah juga gitu sih

CA : Oke nah. Terus tapi berarti kakak sendiri ehhh pernah ga sih misalnya lagi bayar lagi ke gerainya nih lagi ke sini terus kakak kayak eemm baristanya kayak kasih tau eh kita lagi ada kampanye #KopiKencengPeduliBumi loh itu pernah ada ga jadi mereka kayak kasih informasi kayak gitu?

N : Eemm engga pernah sih ya makanya aku cuma tau dari gelasnya aja gitu jadi aku juga ga nanya-nanya juga karena ya udah lihat digelasnya jadi cukup tau aja gitu.

CA : Ooh oke. Nah terus eemm menurut kakak penting ga sih adanya info mengenai kampanye #KopiKencengPeduliBumi ini?

Hak Cipta milik IBIKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



N : Hmm menurut aku penting ya kalau perlu digencarin gitu di media sosialnya atau lewat media yang lainnya, karena kan ini gerakan yang peduli bumi bisa bantu jaga bumi juga untuk kedepannya ya jadi ya menurut aku oke sih.

CA : Lalu menurut kakak penulisan program kampanye #KopiKencengPeduliBumi ini tuh cukup menarik perhatian kakak ga?

N : Hmm lumayan sih lumayan menarik karena ga karena ya tadi jarang kana da *coffee shop* yang kayak gini nah kalau dengan adanya *coffee shop* yang kayak gini baru Kopi Kenceng yang aku temuin. Menurut aku jadinya menarik sih. Ya karena mereka juga dukung lingkungan dan juga karena gerakan kalau gerakan ini dibikin lebih gencar lagi juga efeknya bakal lebih besar lagi untuk kedepannya

CA : Ooohh nah kalau kayak gitu menurut kakak apa sih tujuannya Kopi Kenceng, ngapain mereka bikin emm program kampanye seperti ini?

N : Menurut aku tujuannya Kopi Kenceng aku juga kurang tau ya, cuma kalo aku lihat dari positifnya pasti mereka juga peduli dengan bumi kan selain mereka buat jualan tapi juga masih ada sisi kemanusiaan juga gitu loh jadi mereka kayak oh yaudah gimana caranya mereka bikin kopi mereka juga bisa jadi khas dan mereka bisa bantu lingkungan juga gitu, ga bikin nambah sampah. Nah makanya dengan adanya kampanye ini sebenarnya gerakan mereka udah tepat sih udah bagus.

CA : Nah tapi kira-kira manfaatnya ke Kopi Kenceng tuh apa sih? Apa manfaat mereka, apa manfaat yang bisa mereka dapet dengan mereka bikin kampanye kayak gini?

N : Mungkin pandangan-pandangan orang kali ya. Hmm kayak persepsi orang-orang tentang Kopi Kenceng itu kan positif ya, karena oh Kopi Kenceng nih ternyata selain cuman bukan kayak sekedar kopi biasa gitu kedai kopi biasa tapi mereka juga punya gerakan loh mereka juga peduli bumi walaupun mereka pake plastik tapi plastiknya juga mudah terurai



gitu dalam dua tahun sampai lima tahun. Itu kan kayak orang jadi kayak emm kalau orang yang suka apa ya cinta lingkungan tuh jadi kayak lebih *save* gitu konsumsi karna kan oh kalau gue konsumsi ini gue kan ga nambah-nambah sampah banget nih karena lebih mudah terurai kayak gitu sih

CA : Ohhh oke terus kalau misalnya hmm kakak denger ada yang sebut Kopi Kenceng, citra apa sih yang pertama kali atau gambaran seperti apa yang terlintas dipikiran kakak?

N : Hmm sebenarnya karena aku udah lama konsumsinya jadi citranya positif sih dan karena sering jadi udah ngestuck juga kayak *hashtagnya* dia ini jadi langsung inget aja Kopi Kenceng peduli bumi. Oh mereka kayak jadi di benak aku tuh citra mereka itu positif juga jadi kayak oh iya ini Kopi Kenceng yang peduli lingkungan jadi kayak lebih kayak lebih eh Kopi Kenceng ini tuh ramah lingkungan kayak gitu.

CA : Jadi kakak sendiri udah menganggap bahwa si Kopi Kenceng ini adalah suatu usaha yang peduli lingkungan ya

N : He-em

CA : Hmm terus kakak sendiri kalau menurut kakak sendiri kampanye peduli bumi itu apa sih?

N : Menurut aku peduli bumi itu sebuah gerakan di mana eemm apa ya kita bisa menjaga bumi kita gitu kan ga hanya dari sampah juga kalau misalnya habis mungkin nebang pohon atau apa dibikin *go-green* lagi jadi dengan gerakan peduli bumi tuh gerakan kecil dari kita aja sih, kayak misal kita suka bawa barang-barang *reusable* itu kan juga membantu mengurangi penggunaan plastik dan sampah kan. Jadi itu juga bisa dibilang gerakan peduli bumi kayak gitu

CA : Oohh. Kakak sendiri suka ga ikut eemm dalam gerakan kampanye peduli bumi gitu?



N : Aku sih suka ya ikut gerakan itu. Cuma mungkin ga kontribusi secara langsung kayak ikut organisasi atau gimana, pokoknya lebih kayak dari diri aku sendiri gitu. Mungkin kayak aku berusaha bawa misal misalkan kalau aku bawa minum bawa yang diusahain bawa botol sendiri gitu loh, apalagi kalau di kantor gitu kan banyak eemm orang-orang masih pake gelas plastik sekali buang, tapi aku kayak berusaha kayak aku engga deh aku bawa sendiri ntar kalo dikantor kan bisa nyuci atau ntar bisa *refill* juga kan kalau misalnya beli kopi diluar gitu kayak Kopi Kenceng gitu eemm walaupun aku tau dia lebih gampang terurai tapi emang masih pake *stainless straw* diusahain aja sih seberusaha mungkin.

CA : Hmm nah kalau kakak sendiri kan berarti emang eemm dari diri sendiri emang ada kesenangan ya untuk turut serta dalam kepedulian terhadap lingkungan

N : Iya suka banget sih

CA : Nah kalau misalnya untuk ikut gerakan kepedulian lingkungan di luar sana itu kakak kayak punya syarat tertentu ga sih kayak mau ikut kalau misalnya seperti apa gitu

N : Hmm selama gerakannya itu emang bener-bener untuk membantu lingkungan. Aku sebenarnya ga punya syarat tertentu ya kayak ga mesti apa yang ga musti yang aneh-aneh sih sebenarnya tapi kayaknya kalau emang selama itu beneran buat lingkungan buat jaga lingkungan aku pasti *fine fine* aja aku pasti bantu walaupun itu dengan material kayak ada yang minta sumbangan gitu kan buat eemm buat apa ya kayak misal wwf atau apa kan kan biasa yang emang buat lingkungan juga mereka atau buat binatang aku mau bantu selama itu bukan gerakan yang menguntungkan diri sendiri

CA : Ooohh nah eemm balik lagi ke yang #KopiKencengPeduliBumi kakak itu lebih familiar dengan kampanye #KopiKencengPeduliBumi atau lebih familiar dengan penggunaan bahan *oxo-biodegradable*?



N : Hmm dengan #KopiKencengPeduliBumi karena ada sih yang emang tulisan *oxo-biodegradable* itu tapi menurut aku sih aku kurang *aware* ya karena lebih sering baca yang #KopiKencengPeduliBumi. Di Instagram mereka di media sosial walaupun ga sering cuman pernah beberapa kali ngelihat sih tapi itu tuh *hashtagnya* jadi bukan kayak *oxo-biodegradablenya*

CA : Oohh terus berarti kalau kakak kan pernah lihat di Instagramnya ya, menurut kakak penggunaan media mereka tuh dalam penyampaian informasi seputar program kampanye ini tuh udah maksimal apa belum?

N : Menurut aku belum ya, karena aku juga jarang banget sih lihat di Instagramnya mereka. Nah mungkin bisa juga sih mereka di Instagramnya dikencengin karena orang kurang *aware*. Aku sih sebenarnya kurang *aware* ya cuma karena emang jadi udah sering beli emang udah lama juga terus kayak emang suka baca digelasnya mereka dan udah kayak jadinya hafal gitu ada #KopiKencengPeduliBumi jadi kayak udah tau, tapi kalau untuk di media mungkin belum ya. Paling kalau ga yang di *bannernya* cuman juga udah di *takedown* ya sama mereka

CA : Iya sekarang udah ga ada sih, jadi kayak eemm mereka itu sistemnya eemm bergilir gitu loh. Misalnya bulan ini mereka lebih pengen promosiin apa mereka bakal pake *banner* itu. Nah sedangkan si #KopiKencengPeduliBumi ini sekarang lagi bukan eemm saat ini tuh bukan fokusnya, mereka lagi fokus ke menu yang baru tadi yang kakak suka itu yang *biscoff*. Nah kan lagi fokus untuk promosiin yang itu dulu sekarang.

N : Ohh pantes sih udah jarang lihat kalau yang *banner* cuma dulu pernah lihat sih berapa kali ya kalau ke sini



CA : Nah eemm terus kalau misalnya kakak nih lagi beli Kopi Kenceng, kakak tuh bakal inget ga sih soal si kampanye ini? Atau kayak beli yaudah minum kopi aja, minum ini aja tapi ga inget soal kampanyenya atau inget?

N : Hmm kadang inget kadang engga ya, karena kan kalau beli Kopi Kenceng karna memang buat konsumsi aja. Cuma kalau misalnya kadang inget tuh ya gara-gara baca juga gitu, kayak misal lagi bosan kayak inget-inget oh iya kopi yang aku beli itu Kopi Kenceng peduli bumi gitu kan. Kayak jadi kayak merasa aman aja gitu jadi ya kadang inget kadang engga sih tergantung lagi kalau lagi sibuk kerja kan yaudah minum-minum aja karena suka gitu kalau misalnya lagi lagi apa ya lagi baca-baca terus sama temen lagi *hangout* biasa aja jadinya inget oh iya ini kita lagi Kopi Kenceng peduli bumi ya kayak aku pake bahan yang mudah terurai

CA : Oohhh oke. Kalau gitu menurut kakak sendiri udah bagus belum penempatan, adanya penempatan info program kampanye #KopiKencengPeduliBumi ini di kemasan produknya?

N : Menurut aku udah bagus karena itu pasti semua orang baca, apalagi jaman sekarang orang-orang pasti bacain di gelas nya kan. Nah kayak itu bagus sih menurut aku. Udah cocoklah mereka taro di gelas nya itu karena orang jadi *aware* kecuali kalau minum miumannya yang warna gelap kali ya, karena tulisannya kan item ya warnanya itu jadi kurang kebaca. Cuma kalau misalnya aku beli yang biscoff itu kan warnanya cerah putih gitu jadi itu lebih kebaca dan aku yakin orang pasti lebih *aware* kok kalau itu.

CA : Hmm oke. Terus menurut kakak lagi nih seefektif apa ada tulisan si #KopiKencengPeduliBumi ini di *cup*nya mereka?

N : Menurut aku efektif, karena yang aku bilang tadi udah tepat mereka taro di gelas orang baca, dan menurut aku efektif karena orang-orang jadinya *aware* juga. Oh ini tuh Kopi



Kenceng *hashtag* peduli bumi nah walaupun mereka kayak kurang gencar di media sosial tapi dengan di gelasnya kalau emang orang yang suka beli itu mereka pasti *aware* juga gitu loh karena orang zaman sekarang bacain gelas juga sih menurut aku ya, karena kan salah satu *unit selling*nya di situ gelas-gelas mereka tuh ada tulisan-tulisannya. Nah Kopi Kenceng ini ya efektif aja gitu mereka udah ditaro di gelas orag pasti baca dan pasti *aware*.

CA: Oh oke. Nah yang terakhir kakak ada ga saran untuk Kopi Kenceng apa?

N: Eemm kalau memang buat kampanyenya sih menurut aku saran aja mungkin di media sosial ya atau mungkin kalau di gerainya sini tuh perlu di kasih *banner* juga sih tetep aja gitu *bannernya* karena kan kalau mereka mau membuat gerakan #KopiKencengPeduliBumi setidaknya orang tau gitu mereka bukan *coffee shop* yang sekedar *coffee shop* tapi mereka juga peduli nih sama bumi dengan mereka memakai bahan yang mudah terurai. Terus kalau yang lain di sosial media mungkin lebih digencerin kali ya karena aku jarang banget lihat mereka apa ya buat ngepost tentang #PeduliBumi ini sih gitu

CA: Hmm oke deh kak, segitu dulu dari aku. Makasih atas waktunya atas kesediannya untuk diganggu eemm *have fun* nanti sama temen-temennya waktu udah dateng ya. Makasih banyak ya kak

N: Iya sama-sama.



LAMPIRAN WAWANCARA INFORMAN KONSUMEN 4

Profil Informan Konsumen 4

Nama Lengkap : Fanny Kristianti
Usia : 19 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa
Tanggal Wawancara : 26 Januari 2020
Tempat Wawancara : Kopi Kenceng Kelapa Gading
Waktu Wawancara : 14:28 WIB

CA : Cinthya Aprilla

FK : Fanny Kristianti

CA : Hallo, makasih ya udah luangin waktunya dan bersedia untuk aku wawancarain seputar skripsi aku soal Kopi Kenceng. Nah sebelumnya aku mau tau dong nama, usia, sama pekerjaannya saat ini apa

FK : Eee namanya Fanny Kristianti, usianya 19 tahun, eem pekerjaannya masih mahasiswi.

CA : Oooh masih mahasiswi ya Fanny. Emm Fanny tau dari mana sih pertama kali soal Kopi Kenceng?

FK : Eemm dari stan-nya di Lotte

CA : Oooo dari stan-nya ya. Udah berapa lama Fanny jadi konsumen Kopi Kenceng emangnya?

FK : Eem kira-kira tahun lalu habis sincia

CA : Oooh tahun lalu habis sincia ya berarti sekitar

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



FK : Februari

CA : Februari ya. Berarti wah udah hampir setahun ya. Nah Fanny seberapa sering emang minum Kopi Kenceng?

FK : Emmm kalau satu minggu paling satu kali dah.

CA : Oohh jadi seminggu sekali biasa suka minum ya

FK : He-eh

CA : Nah, Fanny tuh suka ga dateng ke gerai Kopi Kenceng yang di jalan Jingga?

FK : Hmm iya

CA : Berarti emang kalau beli pasti selalu yang di gerai sini ya?

FK : Iyaa

CA : Hmm biasa kalau Fanny dateng ke sini tujuannya apa sih? Buat sekedar beli atau gimana?

FK : Beli, tujuan awalnya sih duduk-duduk doang sama temen-temen habis itu beli.

CA : Oohh jadi kayak tujuannya biar ada tempat nongkrong sama temen ya.

FK : Iyaa

CA : Nah biasa Fanny pesen menu apa nih di Kopi Kenceng?

FK : Yang, yang caramel

CA : Yang caramel, oh aku pernah yang ada es krimnya ya

FK : Iya yang *ice caramel* itu

Hakipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



CA : Hmm. Nah Fanny kan udah lumayan lama dan cukup sering nih minum Kopi Kenceng. Fanny sadar ga sih kalau misalnya Kopi Kenceng itu pakai bahan *oxo-biodegradable* untuk gelas, sedotan, sama plastik mereka?

FK : Iyaa

CA : Fanny sadar ya. Taunya dari mana?

FK : Dari itu tulisannya yang di botol sama yang di sedotannya.

CA : Hmm jadi Fanny taunya tuh karena emang liat langsung ya?

FK : He-em

CA : Emang Fanny kalau beli kek minuman gitu emang suka ngeliat, merhatiin tulisan di kemasannya atau gimana sampai bisa sadar kalau mereka pake bahan itu?

FK : Hmm iya emang suka ngeliatin tulisan di gelasnya itu

CA : Ooohh oke. Nah pas lihat tulisan di gelasnya itu tuh kamu tau ga kalau misalnya itu adalah kampanye #KopiKencengPeduliBumi?

FK : Eemm engga juga sih

CA : Engga ya. Jadi waktu Fanny lihat, Fanny sadarnya kalau itu mereka pake bahan *oxo-biodegradable*

FK : He-eh

CA : Tapi sekarang kamu tahu kan soal program kampanye #KopiKencengPeduliBumi?

FK : Iyaa tau



CA : Okee. Hmm nah terus waktu setelah kamu tau soal kampanye

#KopiKencengPeduliBumi kamu awalnya ada niatan ga buat tanya-tanya ke baristanya atau

gimana gitu?

FK : Eemm engga

CA : Engga ya. Kenapa engga? Emang kamu ga penasaran atau kamu udah paham soal

kampanye ini?

FK : Emm ga penasaran aja

CA : Jadi emang ga penasaran ya. Terus, hmm menurut kamu apakah penting ada info

mengenai program kampanye #KopiKencengPeduliBumi di gelas mereka, di sedotan atau

diplastiknya?

FK : Eemm lumayan deh

CA : Apa alasannya?

FK : Karna sekarang terlalu banyak plastik, terlalu banyak sampah plastik gituloh kan

kalau kalau *range* nya satu orang satu minggu satu kali terus dikali semua emm semua

konsumennya yang berapa banyak kalau itu ga bisa terurai kan jadi sampah yang menumpuk

dan umurnya lebih panjang dari pada manusianya.

CA : Hmm nah emm jadi menurut Fanny kenapa itu akhirnya penting ditulis di

kemasannya?

FK : Eemm biar orang tau kalau dia peduli

CA : Ooo biar orang tau. Nah eemm dengan adanya tulisan di *cup*nya ini tuh kamu itu

eee mereka itu berhasil ga sih menarik perhatian kamu?

Hak cipta milik IBI KKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



FK : Kalau dari saya sih ya lumayan ya, jadi kalau kita beli ya kita ga takut itu untuk mencemari lingkungan juga. Kalau yang lain kan misal ee sering-sering beli misal lebih sering belinya tapi kan berapa kali kita minum berarti berapa kali itu dibuang.

CA : Hmm terus berarti gimana sih perasaan Fanny soal ee adanya kampanye #KopiKencengPeduliBumi ini?

FK : Ehhh lumayan bagus, bukan lumayan sih. Bagus juga sih jarang juga ada yang kayak gini kalau biasanya ada yang di ada yang pakai apanya itu kot emm jual botol minumnya sendiri kan.

CA : Oohh *tumbler*?

FK : Iya di *tumbler*. Nah kalau kayak gini kan kayak orang itu tau kalau ada plastik yang bisa di eemm bisa terurai dengan cepat dan tidak itu jadi orang bisa kayak mengambil inspirasi dari situ.

CA : Hmm kalau tanggapan kamu terhadap kampanye ini sendiri gimana?

FK : Eemm bagus aku senang ada yang punya inisiatif kayak gini soalnya masih jarang kan. Eemm tapi bisa di gaungkan lebih besar lagi mungkin

CA : Terus Fanny sendiri tuh pernah ga sih dapet informasi dari baristanya kalau eemm Kopi Kenceng punya loh gerakan peduli bumi namanya #KopiKencengPeduliBumi

FK : Eemm engga deh kayaknya

CA : Jadi dari emm baristanya sendiri emang ga pernah memberikan informasi ya?

FK : Iya dari mereka ga kasih info

CA : Nah kalau menurut Fanny, apasih tujuan Kopi Kenceng bikin program kampanye seperti ini?

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



FK : Ehhh karna menurut saya kan. Karna ya balik kayak tadi kalau konsumennya beli berapa banyak eh berapa banyak konsumennya dalam satu minggu berapa banyak gitu emm seberapa banyak itu juga emm kemasan mereka yang akan dibuang. Kemasan mereka itu kan juga membawa nama mereka. Jadi mereka ikut menyumbangkan sampah di sini. Dengan penggunaan bahan oxo-biodegradable kan mereka jadi bisa mengurangi sampah yang sulit terurai itu.

CA : Jadi tujuan mereka itu untuk emm mengurangi penggunaan plastik yang berbahaya ya?

FK : He-em

CA : Lalu menurut Fanny dengan adanya kampanye ini apa sih manfaat yang bakal diterima oleh si Kopi Kenceng itu sendiri?

FK : Mungkin orang lebih emm orang lebih melihat mereka karna berbeda gitu loh. Terus ya orang ga ragu untuk beli barang mereka yang orang tipe-tipe konsumen yang peduli pada lingkungan ya mungkin mereka ga ragu.

CA : Hmm terus kalau misalnya Fanny denger nih Kopi Kenceng. Citra apa atau gambaran seperti apa yang Fanny miliki terhadap Kopi Kenceng?

FK : Hmm ramah.

CA : Ramah. Kenapa tuh ramah?

FK : Ya kokonya ramah,

CA : Oohh karna orang-orang di Kopi Kenceng sendiri itu ramah ya.

FK : Iya iya

Hak Cipta Militer IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



CA : Kalau Fanny menganggap ga kalau Kopi Kenceng itu udah sebagai suatu usaha atau gerai kopi yang ramah lingkungan peduli lingkungan?

FK : Iya

CA : Karena?

FK : Karena kemasan mereka sendiri udah bisa terurai dengan jangka waktu yang cepat

CA : Nah selanjutnya, kalau menurut kamu pribadi kampanye peduli bumi itu apa sih?

FK : Hmm bagaimana kita melakukan eh bagaimana kita tetap melakukan sesuatu yang aktivitas kita yang biasa tapi itu juga berdampak bagi lingkungan bukan berdampak negative ya malahan positif.

CA : Hmm oke. Nah Fanny sendiri ini orang yang suka turut serta ga sih dalam kampanye peduli bumi. Misalnya emm dari usaha lain atau perusahaan lain yang ada gerakan peduli bumi Fanny suka ikut ga?

FK : Hmm belum deh

CA : Belum ya. Tapi emm Fanny sendiri kalau misalnya turut serta ada kayak pertimbangan gitu ga? Aku harus ikut kampanye yang kayak gini gini gini. Maunya yang begini gini gini itu ada ga? Syarat untuk Fanny bisa turut serta dalam kampanye peduli mereka itu peduli bumi mereka itu

FK : Hmm mungkin ada.

CA : Apa syaratnya? Misalnya kayak apa sih yang emm jadi gini hmm misalnya Fanny tuh mau ikut dalam suatu kampanye peduli bumi nih tapi Fanny mau ikut kampanye itu kalau misalnya kampanye itu kayak gimana?

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



FK : Eemm kalau kampanyenya itu ya berdampak untuk jangka panjang

CA : Jadi syaratnya cuma itu doang? Jadi Fanny bakal mau nih kalau misalnya ada yang bikin peduli bumi Fanny bakal mau ikut kalau misalnya kampanye nya itu berdampak panjang ya

FK : Dan legal ya

CA : Dan legal ahahaha. Hmm untuk kampanye peduli bumi kamu tau ga nama kampanye nya itu #KopiKencengPeduliBumi? Atau kamu lebih familiar dengan penggunaan bahan *oxo-biodegradable* mereka?

FK : Yang penggunaan bahan *oxo-biodegradable* mereka deh

CA : Jadi itu lebih familiar ya di Fanny ya. Nah Fanny sendiri pernah ga lihat program kampanye #KopiKencengPeduliBumi ini tuh di tempat lain, kayak misalnya di sosial media mereka atau melalui *banner* pernah lihat ga?

FK : Engga

CA : Engga pernah ya. Hmm berarti kalau misalnya Fanny dateng ke kedai Kopi Kencengnya langsung di Kelapa Gading itu Fanny ga pernah lihat juga *bannernya*?

FK : Eemm kayaknya bukan ga eemm ga melihat

CA : Em ga melihat berarti kemungkinan ada

FK : Mungkin ada tapi ga ngelihat

CA : Okee. Nah Fanny sendiri kalau misalnya waktu beli Kopi Kenceng sendiri itu kamu bisa inget ga sih soal kampanye ini? kayak misalnya kita eemm Fanny rutin beli tuh kalau sekedar beli kan oh beli, tapi Fanny tuh di sini kalo beli inget ga sih oh iya Kopi Kenceng punya kampanye peduli bumi nih. Kayak gitu atau engga?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



FK : Lebih ingetnya yaa kemasan mereka itu ramah lingkungan

CA : Oohh jadi kalau Fanny emm beli ingetnya itu mereka itu ramah lingkungan tapi ga inget soal si #KopiKencengPeduliBumi ya?

FK : Iyaa

CA : Okee. Eemm menurut kamu udah bagus belum penempatan info program kampanye mereka ini di kemasan produknya?

FK : Hmm udah

CA : Dan kalau misalnya udah bagus menurut kamu, seefektif apa sih tulisan di kemasan mereka ini?

FK : Hmm lumayan efektif, sebenarnya tergantung orang-orang konsumennya lagi. Kalau beda-beda konsumen kan beda-beda cara mereka ya beda-bedalah cara mereka menanggapi itu

CA : Hmmm ya. Terus Fanny ada saran ga untuk Kopi Kenceng?

FK : Mungkin lebih ehhh yang #KopiKencengPeduliBumi nya itu mungkin lebih digaungkan lagi ya di sosmed atau di iklankan lagi lah di mana-mana soalnya kan kayaknya lebih ehhh lebih produk minuman kopi yang lain tuh lebih tenar dari pada ya mungkin ya

CA : Ooh iya jadi mereka harus lebih emm

FK : Banyak –banyak iklan lagi gitu

CA : hmm biar orang-orang tau kalau ada kedai kopi yang ramah lingkungan ya

FK : He-eh

CA : Okee. Fanny segitu dulu pertanyaan dari aku. Nah kira-kira kalau misalnya aku ada pertanyaan lebih lanjut lagi nanti aku boleh tanya-tanya ke kamu lagi ga?

Hakipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



FK : Iya boleh

CA : Kalau gitu aku minta nomor WA kamu ya

FK Okee

CA Sebut aja

FK (Menyebutkan nomornya)

CA Okee.Makasih ya Fanny. Selamat menikmati eemm waktunya sekarang. Aku

FK tinggal. Makasih

FK Iya makasih

Hak cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

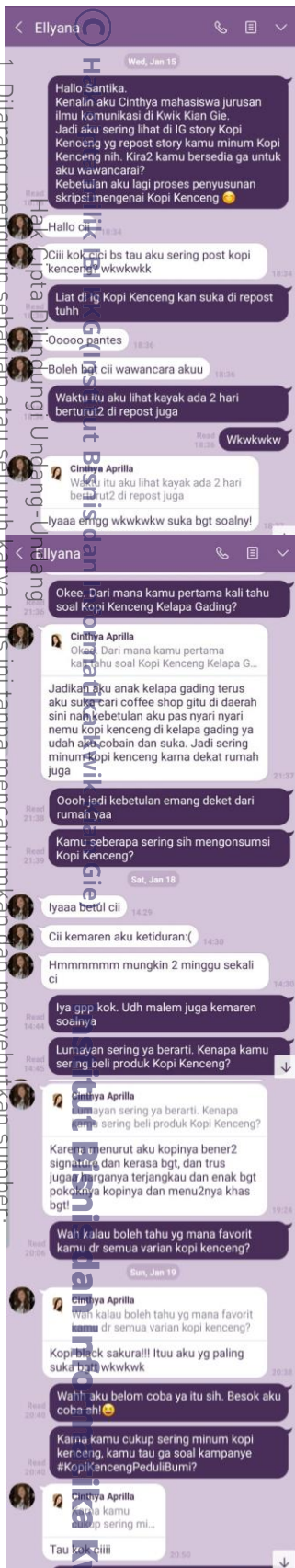
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



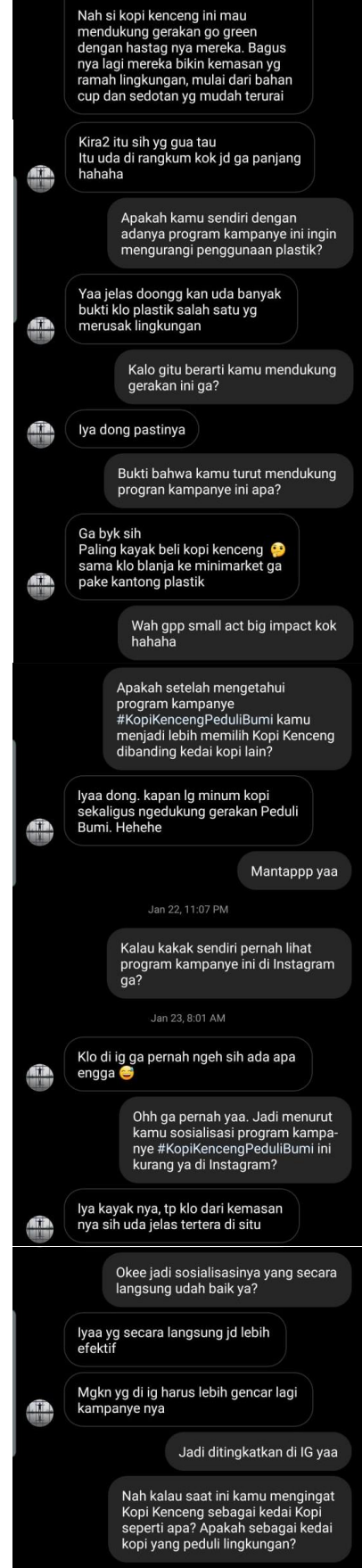
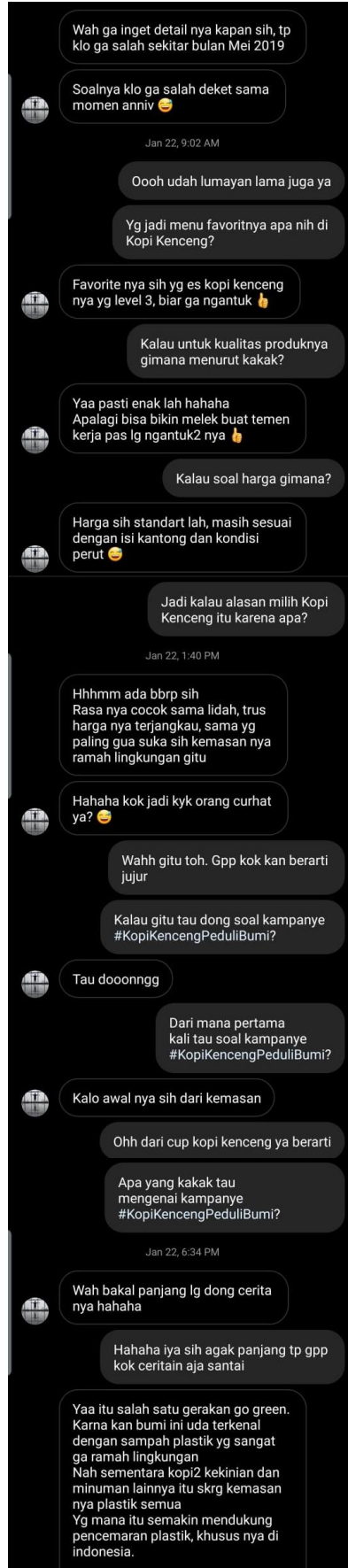
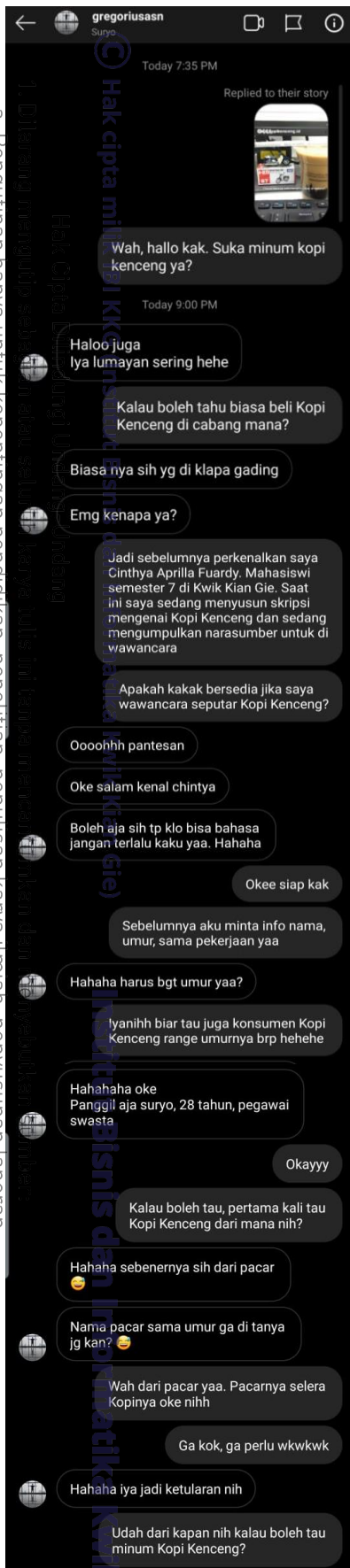
LAMPIRAN SCREENSHOOT WAWANCARA INFORMAN KONSUMEN 1



1. Ditarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN SCREENSHOOT WAWANCARA INFORMAN KONSUMEN 2



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

lyaa itu yg paling melekat di otak ttg kopi kenceng

Apa alasannya?

Karna setau gua baru kopi kenceng yg pake bahan2 ramah lingkungan di banding sama kopi2 kekinian yg lg booming saat ini

Okee terus kira2 ada saran ga untuk Kopi Kenceng kedepannya untuk program kampanye ini?

Mungkin harus mulai banyakin iklan kampanye nya di sosmed mgkn jg bisa bikin give away dengan souvenir yg berubah kampanye2 nya

Wah bagus juga sarannya. Nanti aku coba sampaikan ke pemiliknya ya siapa tau bisa dipertimbangi

Segitu dulu pertanyaan dari aku. Makasih ya udah mau di wawancara. Nanti klo aku ada pertanyaan lagi mohon bantuannya lagi ya 😊

Sukses terus untuk kerjaan dan hubungan sama pacarnya 😊

Wah ign sebut nama yaa nanti bahaya klo di rekrut jd tim kreatif nya kopi kenceng 😂😂😂

lyaa sama2. Amin

Hahaha iyaiya. Tp kan asik kalo di rekrut 😂😂

Sat 8:35 PM

Hallo, aku mau tanya2 lagi yaa. Berkenan ga kak?

Sat 9:58 PM

Nanya apalagi nih? Emang ga imlek kan ya?

lyaa nanya2 lagi sedikit seputar kampanyenya nihh

Imlekan tapi skripsi tetap jalan

Kalau berkenan mungkin bisa diganggu sebentar imlekan kakaknya heheh

Hahaha boleh boleh

Okeee makasih yaaa

Waktu itu kan kakak sempat bilang sadar kampanye #KopiKencengPeduliBumi dari kemasannya

Apakah saat itu kakak sadar jika mereka menggunakan bahan oxo-biodegradable pada gelas, sedotan, dan plastik takeaway mereka?

lyaa sada kan tertulis jg

Berarti mengetahuinya dari kemasannya langsung ya soal penggunaan bahan ini?

lyaa soalnya ada tulisan di cup, sedotan sama plastik nya

Setelah tau ada program kampanye ini perasaan kakak gimana?

Hhmmm lebih ke semangat buat menjaga bumi ini aja dari sampah2 plastik sih 🙄, apalagi klo banyak orang yg sadar jg pasti makin semangat

lyaa bener banget tuh

Terus setelah tau ada program kampanye ini tanggapan kakak gimana? Apakah kakak penasaran atau oh sekedar tau aja deh

Yaa pasti mendukung bgt sih penasaran mah cuma awal aja Soalnya kampanye nya makin ke sini nya kurang greget

Pdhl bagus bgt tuh buat narik customer baru dgn jadiin kampanye nya sebagai ciri khas kopi nya mereka

Paş awal2 penasaran itu ada nanya2 ga ke barista nya soal kampanye ini?

Oalah mungkin karna infonya jg udh di kemas kan kali ya? Hahaha

Tapi dari pihak baristanya ada kayak usaha menjelaskan ga sih? Kayak kasih info bahwa ini loh kita sekarang pake bahan oxo-biodegradable yg ramah lingkungan

Naaahh bener. Di kemas nya uda cukup mempresentasikan

Hahahaha lebay banget bahasa nya

Hhmmmm engga sih, kayak nya ga ada yg jelasin

Terus menurut kakak apa tujuan kopi kenceng bikin program kampanye seperti ini? Manfaat untuk Kopi Kenceng apa kira2?

Wah gatau yaa Tp mgkn buat mendukung gerakan gogreen sih

Manfaat nya yaa harus nya sih banyak

Kyk mengurangi sampah plastik yg baru bisa terurai lama bgt Trus klo mereka lebih gencar mgkn itu bisa di jadiin kesempatan buat promosi nya mereka

Kyk misalkan jd pelopor kopi kekinian yg pake bahan oxo-biodegradable

Nah klo misal kyk gitu kan bisa jd ciri khas mereka

Dan mgkn bisa berdampak ke sekitar dgn memakai bahan yg sama biar bumi ini lebih terjaga

Dan lain-lain deh hahaha

Kalau denger Kopi Kenceng, citra seperti apa yang terlintas di pikiran kakak?

Enak, melek, sama ramah lingkungan 🙄

Kakak sendiri setuju ga sama penulisan #KopiKencengPeduliBumi pada cup mereka? Apa alasannya?

Setuju selama mereka memakai bahan ramah lingkungan. Tp ada catatan lagi, klo emg mau lebih peduli sama bumi kayak nya mereka jg harus mulai mengajak customer nya mereka buat lebih peduli sama bumi 🙄🙄

Wah bener juga. Biar ga cuma satu pihak ya yang berusaha tp semua pihak bisa turut serta

Kan kakak ga pernah nanya dan dapet info dari barista, nah dengan penempatan di cup aja tuh bikin kakak selalu inget ga sih klo ada kampanye ini?

Naaahh cakeeeeee

Klo gua sih inget karna gua orang nya aware sama sekeliling yaa Tp blom tentu orang lain sama kyk gitu kan

lyaiya bener

Kalau menurut kakak pribadi, kampanye peduli bumi itu apa?

Ini secara general ya artinya apa gitu

Apa yaa?? 🙄

Klo menurut gua arti nya menjaga dan merawat lingkungan buat kelangsungan hidup semua mahluk hidup, biar ekosistem yg ada di lingkungan tersebut ga punah

Gatau bener apa engga sih lg males googling soalnya haha

Nah kakak sendiri suka ga sih turut serta dalam kampanye peduli bumi di luar sana?

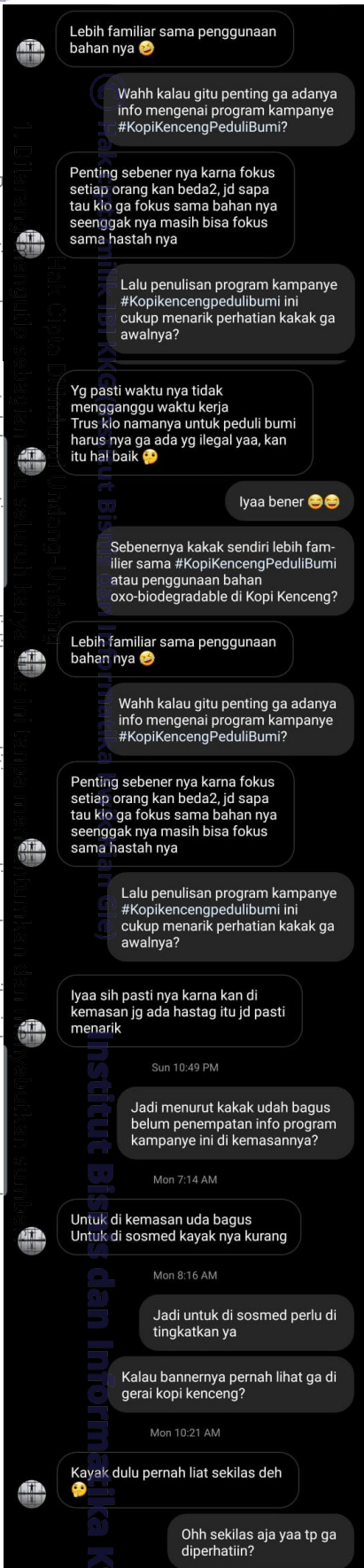
Suka banget tp ga sering Dulu sih pernah ikut 300 pohon mangrove, acara kantor Sama paling sehari2 ngurangi penggunaan plastik sama kertas

Nah untuk ikut kegiatan kampanye gitu ada kayak pertimbangan tertentu ga. Misalnya harus yg legal, konsisten atau apa gitu. Atau apapun itu mau ikut?

Yg pasti waktu nya tidak mengganggu waktu kerja Trus klo namanya untuk peduli bumi harus nya ga ada yg ilegal yaa, kan itu hal baik 🙄

lyaa bener 🙄🙄

Sebenarnya kakak sendiri lebih familier sama #KopiKencengPeduliBumi atau penggunaan bahan oxo-biodegradable di Kopi Kenceng?





LAMPIRAN FOTO WAWANCARA INFORMAN



Foto bersama Informan Utama 1



Foto bersama Informan Utama 2



Foto bersama Informan Konsumen 3



Foto bersama Informan Konsumen 4



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie